
Curso: Técnicas de venta en tiendas de electrodomésticos

Horas:

Objetivos:

Adquisición y/o actualización de conocimientos en las técnicas de venta y aplicarlas al comercio.

Dirigido a:

A vendedores y empresarios que quieren profundizar en el mundo de las ventas.

Capacita para:

El título dota de conocimientos en cuanto al procedimiento de la venta, comunicación y todas aquellas técnicas utilizadas hoy en día.

Otros datos:

Para interesados sin conocimientos previos que deseen adquirir una buena base en materia de técnicas y proceso de venta.

Profesionales de la venta que deseen actualizar sus conocimientos y profundizar en aspectos específicos de nuevas tendencias en las distintas formas de venta.

Este curso desarrolla, a través de sus unidades didácticas, aquellos aspectos en materia de procesos de venta que son interesantes para un correcto desarrollo de su actividad tales como fases que la constituyen, aproximación al cliente, así como resolución de conflictos y reclamaciones.

La acción formativa dispone de aplicaciones prácticas y pruebas de autoevaluación para el correcto aprovechamiento.

A lo largo del curso encontrará algunos apartados donde completará nociones sobre conceptos nuevos y algunas curiosidades interesantes llamadas Sabía que…

Contenido Formativo:

1. La imagen de la empresa y la atención al cliente

1.1. Introducción

FICHA TÉCNICA

- 1.2. Imagen de la empresa y atención al cliente
- 1.3. Los secretos de la comunicación y la imagen
- 1.4. La importancia del trato al cliente
- 1.5. Resumen

2. Habilidades comunicativas básicas en la atención al cliente y en la gestión comercial en el sector de los electrodomésticos

- 2.1. Introducción
- 2.2. Estudio de las fases de la comunicación con el cliente. Toma de contacto y presentación
- 2.3. Comunicación y estrategias de sondeo
- 2.4. La escucha y sus diversas tipologías
- 2.5. El proceso de argumentación en la venta
- 2.6. Resumen

3. Organización y exposición del punto de venta. Marketing, publicidad y merchandising

- 3.1. Introducción
- 3.2. El punto de venta. Consideraciones generales. Limpieza, orden y claves visuales en la primera toma de contacto
- 3.3. Publicidad, imagen externa y promociones
- 3.4. Organización y disposición del punto de venta. Estrategias de distribución y colocación de productos
- 3.5. Resumen

4. Objeciones del cliente a la compra: análisis de las mismas y cómo superarlas. El cierre de la venta

- 4.1. Introducción
- 4.2. La compra como proceso mental progresivo. Estudio de las objeciones. Fases de la comunicación con el cliente. Toma de contacto y presentación
- 4.3. La importancia de las objeciones
- 4.4. El cierre de la venta
- 4.5. Resumen

5. Gestión eficaz de quejas y reclamaciones

- 5.1. Introducción
- 5.2. El cliente. Grado de insatisfacción y utilidad de las quejas
- 5.3. Preparación básica para la gestión eficaz de quejas
- 5.4. Proceso de gestión eficaz de quejas
- 5.5. Proceso de quejas habituales. Control de problemas y del estrés
- 5.6. Motivos de quejas más habituales y formas de superarlas
- 5.7. Resumen