
Curso: Asesoramiento y venta de productos y servicios para la Imagen personal. IMPQ0208 - Peluquería

Horas: 60

Objetivos:

Programar la actuación en la venta a partir de los objetivos y el posicionamiento de las diferentes empresas de Imagen Personal. Aplicar las técnicas adecuadas a la promoción y venta de productos y servicios para Imagen Personal. Confeccionar los documentos básicos derivados de la actividad de la venta de productos y servicios estéticos aplicando la normativa vigente y de acuerdo con unos objetivos definidos. Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio postventa en Imagen Personal. Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo los criterios y los procedimientos establecidos.

Dirigido a:

Peluquero-peluquera de señoras, peluquero-peluquera de caballeros, peluquero-peluquera unisex y comercial de productos de peluquería.

Capacita para:

El curso se ajusta al itinerario formativo del MF0352_2: Asesoramiento y venta de productos y servicios para la Imagen Personal, certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en él incluidas. Permite desarrollar la actividad profesional en pequeñas y medianas empresas de prestación de servicios de peluquería por cuenta ajena o como autónomo y en el de la promoción y venta de productos de peluquería.

Otros datos:

Para interesados sin conocimientos previos que deseen adquirir una buena base en asesoramiento y venta de productos y servicios para la imagen personal.

Profesionales que deseen actualizar sus conocimientos y profundizar en asesoramiento y venta de productos y servicios para la imagen personal.

Mejora la imagen personal del cliente, aplicando protocolos de trabajos técnicos de peluquería para el cuidado y el embellecimiento del cabello y técnicas complementarias de arreglo y rasurado de la barba y el bigote, en condiciones de calidad, seguridad e higiene óptimas.

Contenido Formativo:

1. Marketing en el mercado de la imagen personal

FICHA TÉCNICA

- 1.1. Diferencia entre productos y servicios estéticos
- 1.2. Propiedades de los productos cosméticos
- 1.3. Naturaleza de los servicios
- 1.4. La servucción o proceso de creación de un servicio

2. El representante comercial o asesor técnico

- 2.1. Características, funciones, actitudes y conocimientos
- 2.2. Cualidades que debe reunir un buen vendedor/asesor técnico
- 2.3. Las relaciones con los clientes
- 2.4. Características esenciales de los productos y/o servicios que debe conocer un representante

3. Atención al cliente

- 3.1. El cliente como centro del negocio
- 3.2. Tipos de clientes y su relación con la prestación del servicio
- 3.3. La atención personalizada
- 3.4. Las necesidades y los gustos del cliente
- 3.5. Motivación, frustración y los mecanismos de defensa
- 3.6. Los criterios de satisfacción
- 3.7. Las objeciones de los clientes y su tratamiento
- 3.8. Fidelización de clientes

4. Organización y gestión de la venta

- 4.1. La información como base de la venta
- 4.2. Manejo de las herramientas informáticas de gestión de la relación con el cliente
- 4.3. Documentación básica vinculada a la prestación de servicios y venta de productos estéticos
- 4.4. Normativa vigente

5. Promoción y venta de productos y servicios de estética

- 5.1. Etapas y técnicas de venta
- 5.2. Factores determinantes del merchandising promocional
- 5.3. La venta cruzada
- 5.4. Argumentación comercial
- 5.5. Presentación y demostración de un producto y/o servicio. Puntos que se deben destacar
- 5.6. Utilización de técnicas de comunicación en la venta de productos y servicios estéticos

6. Seguimiento y postventa

- 6.1. Seguimiento comercial
- 6.2. Procedimientos utilizados en la postventa
- 6.3. Postventa: análisis de la información
- 6.4. Análisis de la calidad de los servicios cosméticos

7. Resolución de reclamaciones

- 7.1. Procedimiento de recogida de las reclamaciones/quejas presenciales y no presenciales
- 7.2. Elementos formales que contextualizar la reclamación
- 7.3. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación

FICHA TÉCNICA

7.4. Técnicas utilizadas en la resolución de reclamaciones

7.5. Utilización de herramientas informáticas de gestión de relación con clientes

