



Descripción Trata sobre el proceso de ventas y la importancia y función que en él desempeñan los profesionales de la venta, estableciendo cómo deben actuar éstos para lograr la venta de los productos y la fidelización del cliente.

Nº Lecciones 6

Horas de teoría 10

Contenido

Técnicas de venta en comercios

Estudio detallado de los diferentes tipos de clientes y las diferentes posturas y actitudes a adoptar por parte del personal que los atiende.

1. La importancia de la calidad

Esta parte inicial se dedica a la explicación de todas las partes que van a configurar el curso, y que serán desarrolladas a lo largo de éste, así como de sus objetivos. Comenzamos definiendo el concepto de venta.

2. Perfiles y tipos de clientes

Estudio con detalle de todos los aspectos psicológicos que conforman los tipos de clientes con el objetivo de poder entenderlos mejor y poder actuar en la medida justa para obtener la venta.

3. Proceso de venta

Estudio detallado del inicio del proceso de venta: preventa, actitudes, primeras impresiones, la calidad y la preparación del terreno y sus elementos, recopilación de información y su análisis.

4. La venta

Desarrollo del proceso de venta, reglas fundamentales y argumentos de venta. La importancia del producto. Actuación según el tipo de cliente.

5. Objeciones

Estudia uno de los aspectos más difíciles en el proceso de venta: las objeciones. Se explica las técnicas para la resolución de objeciones y la consecución del cierre de la venta.

6. Situación de cobro y postventa.

Quizá el momento más comprometido es el cobro, por eso describimos cómo actuar en determinadas situaciones de cobro. Servicio post venta.