

Código: 09076
Unidad Formativa:
UF0031 - Técnicas de Venta
Módulo: MF0239_2 - OPERACIONES DE VENTA
Certificado de Profesionalidad:
COMV0108 - ACTIVIDADES DE VENTACOMT0411 - GESTIÓN COMERCIAL DE VENTASCOMT0112 - ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO
Modalidad: ONLINE
Duración: 70h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

securs@
CONSULTORÍA DE FORMACIÓN
Avda. Ramón Nieto nº 133, Bajo
36208 - VIGO
Telf.: 986912815

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para desenvolverse con solvencia en la actividad comercial, tanto en la venta presencial como en la no presencial, comprendiendo el proceso de venta desde la preparación y la aproximación al cliente hasta el cierre de la operación. El alumnado aprende a analizar el producto o servicio, construir un argumentario sólido y presentarlo y demostrarlo con claridad, así como a argumentar, persuadir, refutar objeciones y aprovechar las posibilidades de la venta cruzada y de la comunicación interpersonal y a distancia. La relación con la clientela se aborda también en su dimensión continuada, mediante el seguimiento posventa, las estrategias de fidelización, el telemarketing y las aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM), sin descuidar la resolución de conflictos, quejas y reclamaciones por vías extrajudiciales y ante las juntas arbitrales de consumo. Al finalizar, el alumnado será capaz de planificar y ejecutar procesos de venta eficaces, comunicar con persuasión, resolver objeciones y reclamaciones y consolidar relaciones comerciales duraderas.

Contenidos

Módulo 1: El proceso de venta y su preparación
1.1 - Tipologías de venta y contextos comerciales
1.2 - Etapas del proceso de venta y su encadenamiento
1.3 - Preparación previa de la venta: información y planificación
1.4 - La aproximación al cliente y la toma de contacto
1.5 - Análisis del producto o servicio y de su valor
1.6 - Construcción del argumentario comercial
1.7 - Perfil del cliente y adaptación del discurso comercial
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Técnicas de venta y comunicación comercial
2.1 - Presentación y demostración del producto o servicio
2.2 - Demostraciones colectivas ante grupos de clientes
2.3 - Argumentación comercial y justificación del valor
2.4 - Tratamiento y refutación de objeciones
2.5 - Técnicas de persuasión orientadas a la compra
2.6 - Venta cruzada y ampliación de la cesta
2.7 - Comunicación interpersonal aplicada a la venta
2.8 - Comunicación no presencial: teléfono y canales digitales
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Seguimiento, fidelización y relación con el cliente
3.1 - Confianza y construcción de relaciones comerciales duraderas
3.2 - Seguimiento posventa y atención continuada
3.3 - Estrategias de fidelización y valor de la cartera de clientes
3.4 - Telemarketing y externalización de la relación con clientes
3.5 - Sistemas de gestión de la relación con el cliente (CRM)
3.6 - Indicadores de satisfacción y seguimiento de resultados
3.7 - Acciones de captación y recuperación de clientes
Resumen del módulo 3
Módulo 4: Conflictos, quejas y reclamaciones en la venta
4.1 - Origen y tipología de conflictos en la venta
4.2 - Recepción y gestión de quejas y reclamaciones
4.3 - Procedimiento de resolución de reclamaciones
4.4 - Respuestas y fórmulas habituales en el sector comercial
4.5 - Resolución extrajudicial: ventajas y procedimiento
4.6 - Juntas arbitrales de consumo
4.7 - Prevención de conflictos y mejora del servicio
Resumen del módulo 4