

(COMT10) Técnicas De Venta En El Comercio

Código del curso: PD338

Horas: 50

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD338

Unidad 1: Comunicación, habilidades y técnicas de venta

El arte de vender en el comercio.
Elementos de la comunicación comercial aplicada.
Habilidades comerciales.
Técnicas de venta en el comercio.

Unidad 2: Etapas de la venta

Tipos de ventas en el comercio. Principales características.
Etapas del proceso de venta en el comercio.
Técnicas de fidelización de clientes en el comercio.

Unidad 3: Resolución de conflictos

Retos de la venta en internet.
Ventajas competitivas respecto de la competencia.
Factores relevantes de la venta online.
Factores relevantes de la venta online: Formas de pago.
Factores relevantes de la venta online: Precios.
Factores relevantes de la venta online: Logística.
Factores relevantes de la venta online: Confianza y reclamaciones.
Análisis de resultados.

¿Qué aprenderás?

Aplicar elementos de comunicación, habilidades comerciales y técnicas comerciales de venta en el comercio desde una perspectiva eminentemente práctica, identificando las distintas etapas por las que pasa un proceso de venta, e incluyendo el análisis de los retos que implica la venta en Internet.
Aplicar elementos de comunicación, habilidades y técnicas comerciales de venta desde una perspectiva eminentemente práctica.
Identificar las capacidades, conocimientos y actitudes que constituyen el perfil de un buen vendedor.

Conocer el proceso de comunicación que alimenta al proceso de venta.
Identificar las barreras que pueden causar interferencias en el proceso de comunicación comercial y las formas de reducirlas.
Profundizar en las habilidades necesarias en el vendedor profesional desde el punto de vista del proceso de comunicación verbal y no verbal.
Conocer técnicas de venta de efectividad demostrada.
Identificar las distintas etapas por las que pasa un proceso de venta aplicado al comercio de una forma práctica.
Entender las particularidades de cada tipo de venta y cómo elegir la modalidad o la combinación de ellas que mejor se adapte a la actividad comercial.
Identificar las funciones del vendedor en cada una de las etapas del proceso.
Analizar la evolución de la satisfacción y la fidelización a lo largo del proceso.
Mostrar medios alternativos aplicables para la fidelización del cliente.