



INESEM
Instituto Europeo de
Estudios Empresariales

Técnico Superior en Psicología y Técnicas de Venta

+ Información Gratis

Titulación Oficial avalada por la Administración Pública

Técnico Superior en Psicología y Técnicas de Venta

Duración: 300 horas

Precio: 0 € *

Modalidad: A distancia

* 100 % bonificable para trabajadores.

Descripción

A la hora de tratar con clientes la relación entre el vendedor y el cliente resulta trascendental, de una buena relación y del entendimiento entre ambos se puede llegar a una situación óptima, es decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes. Por otro lado, vivimos en una sociedad de consumo en la que se valoran cada uno de los valores añadidos que nos ofrecen tras un proceso de compra. Así, resulta imprescindible el conocimiento y la utilización de las técnicas de venta a la hora de presentar a los clientes los bienes y servicios que ofertamos.



A quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

Objetivos

- Conocer las herramientas necesarias para realizar una venta de forma satisfactoria.
- Fomentar las características del buen vendedor.
- Estudiar la psicología del consumidor y la del propio vendedor.
- Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relacionados con ventas y mercado.
- Mejorar el servicio y atención al cliente.
- Conocer cómo mejorar nuestro punto de venta.
- Desarrollar numerosas habilidades sociales que nos acerquen al cliente.
- Conocer cómo actuar como buenos vendedores en la venta, su desarrollo y la postventa.

Para que te prepara

Conoceremos las funciones del mercado, así como sus tipos y fases. Se analizará tanto la psicología desde el punto de vista del consumidor como del vendedor. Comprobaremos en qué consiste el servicio o la atención al cliente y cómo podemos influir (como vendedores) en su decisión de compra. También tendremos un acercamiento a cómo debemos tener nuestro punto de venta en cuanto a decoración, organización,... para así ser un servicio más atrayente al consumidor. Veremos los tipos de ventas que se pueden realizar, así como los elementos de la comunicación comercial para poder utilizarlos de manera eficaz y eficiente en nuestras ventas. No olvidaremos tratar las habilidades sociales que debemos poseer y potenciar para lograr nuestros objetivos comerciales tanto en el desarrollo de la venta, en la negociación y en la postventa.

Salidas laborales

Comercial, Atención al Público, Proveedores, Dependientes, Personal del Departamento de Comunicación, Relaciones Públicas, Personal del departamento de Marketing.

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en ir leyendo los manuales teóricos así como completando paso a paso todos los contenidos de los CDROMS Multimedia correspondientes al curso, realizando las distintas prácticas que se adjuntan en el Cuaderno de Ejercicios.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, el Cuaderno de Ejercicios. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% de total de las respuestas).

Materiales didácticos

- CDROM 'Psicología y Técnicas de Venta'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 1'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 2'
- Cuaderno de ejercicios



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta con rapidez.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada.

Campus virtual online

Especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de INESEM ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

TEMA 1. EL MERCADO

Concepto de mercado
Definiciones y conceptos relacionados
División del mercado

TEMA 2. FASES DEL MERCADO

Ciclo de vida del producto
El precio del producto
Ley de oferta y demanda
El precio y al elasticidad de la demanda
Comercialización y mercado
La marca

TEMA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

Estudios de mercado
Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
Tipos de diseño de la investigación de los mercados
Segmentación de los mercados
Tipos de mercado
Posicionamiento

TEMA 4. EL CONSUMIDOR

El consumidor y sus necesidades
La psicología; mercado
La psicología; consumidor
Necesidades
Motivaciones
Tipos de consumidores
Análisis del comportamiento del consumidor
Factores de influencia en la conducta del consumidor
Modelos del comportamiento del consumidor

TEMA 5. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

Servicio al cliente
Asistencia al cliente
Información y formación del cliente
Satisfacción del cliente
Formas de hacer el seguimiento
Derechos del cliente-consumidor
Tratamiento de reclamaciones
Tratamiento de dudas y objeciones

TEMA 6. EL PROCESO DE COMPRA

Proceso de decisión del comprador
Roles en el proceso de compra
Complejidad en el proceso de compra
Tipos de compra
Variables que influyen en el proceso de compra

TEMA 7. EL PUNTO DE VENTA

Merchandising
Condiciones ambientales
Captación de clientes
Diseño interior
Situación de las secciones

Zonas y puntos de venta fríos y calientes

Animación

TEMA 8. VENTAS

Introducción

Teoría de las ventas

Tipos de ventas

Técnicas de ventas

TEMA 9. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

El vendedor

Tipos de vendedores

Características del buen vendedor

Cómo tener éxito en las ventas

Actividades del vendedor

Nociones de psicología aplicada a la venta

Consejos prácticos para mejorar la comunicación

Actitud y comunicación no verbal

TEMA 10. MOTIVACIONES PROFESIONALES

La motivación

Técnicas de motivación

Satisfacción en el trabajo

Remuneración comercial

TEMA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

Proceso de comunicación

Elementos de la comunicación comercial

Estructura del mensaje

Fuentes de información

Estrategias para mejorar la comunicación

Comunicación dentro de la empresa

TEMA 12. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

¿Qué son las habilidades sociales?

Escucha activa

Lenguaje corporal

TEMA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD

Inteligencias múltiples

Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima

Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto

Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

TEMA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

Introducción

Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional

El lenguaje emocional

Habilidades de la Inteligencia Emocional

Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral

Establecer objetivos adecuados

Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

TEMA 15. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

Metodología que debe seguir el vendedor

Ejemplo de una preparación en la información e investigación

TEMA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO

Presentación

Cómo captar la atención

Argumentación
Contra objeciones
Demostración
Negociación

TEMA 17. LA NEGOCIACIÓN

Concepto de negociación
Bases fundamentales de los procesos de negociación
Tipos de negociadores
Las conductas de los buenos negociadores
Fases de la negociación
Estrategias de negociación
Tácticas de negociación
Cuestiones prácticas de negociación

TEMA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

Estrategias para cerrar la venta
Tipos de clientes; cómo tratarlos
Técnicas y tipos de cierre
Cómo ofrecer un excelente servicio postventa