



**INESEM**  
Instituto Europeo de  
Estudios Empresariales

## ***Experto en Técnicas de Venta y Administración Comercial (Online)***

+ Información Gratis

Titulación Oficial avalada por la Administración Pública

# ***Experto en Técnicas de Venta y Administración Comercial (Online)***

**Duración:** 180 horas

**Precio:** 0 € \*

**Modalidad:** Online

\* 100 % bonificable para trabajadores.

## ***Descripción***

Formación para la mejorar de las estrategias de venta y la gestión de un comercio, consiguiendo la satisfacción de los clientes, y para aprender cómo administrar un comercio desde en el ámbito profesional.



## ***A quién va dirigido***

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

## ***Objetivos***

Aportar al alumno de un modo rápido y sencillo las aptitudes propias de un buen vendedor: detectar las motivaciones de compra del cliente y persuadirle de que el producto que le ofrece satisfará sus aspiraciones.

## ***Para que te prepara***

Al finalizar el curso el alumno será capaz de llevar a cabo la Gestión Administrativa de la comercialización de productos y/o servicios.

## ***Salidas laborales***

Marketing-Empresas

## Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y Fondo Social Europeo).



## Forma de subvención

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## 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. También se adjunta en CDROM una guía de ayuda para utilizar el campus online.

La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

## Materiales didácticos

- CDROM 'Manual del Alumno de la Plataforma de E-Learning'
- Paquete SCORM



## 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. TEORÍAS DE LA VENTA.**

Introducción.

Teorías de la venta.

Anexo I. Aspectos Fundamentales de la Venta

### **TEMA 2. EL/LA VENDEDOR/A.**

¿Quién es el/la vendedor/a?.

Clases de vendedores/as.

Anexo II. El rol del Vendedor

### **TEMA 3. ACTIVIDADES DEL VENDEDOR/A.**

Anexo III. La Motivación del Vendedor

### **TEMA 4. CARACTERÍSTICAS DEL BUEN VENDEDOR/A.**

Los conocimientos del vendedor/a.

La persona con capacidad de persuasión.

Anexo IV. Las Características del Vendedor.

### **TEMA 5. EL SERVICIO AL CLIENTE/A.**

Introducción.

La satisfacción del cliente/a.

Formas de hacer el seguimiento.

El servicio postventa.

### **TEMA 6. ASISTENCIA AL CLIENTE/A.**

Información y formación al cliente/a.

Tratamiento de las reclamaciones.

### **TEMA 7. COMO CONSEGUIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE/A.**

Tratamiento de dudas y objeciones.

Reclamaciones.

Cara a cara o por teléfono.

### **TEMA 8. TIPOS DE VENTAS.**

Venta directa.

Venta a distancia.

Venta multinivel.

Venta personal.

Venta sin tienda.

### **TEMA 9. LA PLATAFORMA COMERCIAL.**

El/la cliente/a actual.

El/la cliente/a potencial.

### **TEMA 10. LA ENTREVISTA DE VENTAS. PLAN DE ACCIÓN.**

Prospección.

Concertación de la visita.

Claves para que la llamada resulte satisfactoria.

Ejecución física de la carta.

Como debe reaccionar el vendedor/a ante las objeciones.

La despedida.

Anexo V. La Entrevista de Ventas

### **TEMA 11. OTROS TIPOS DE VENTAS.**

Venta a grupos.

Venta por correspondencia.

Venta telefónica.

Venta por televisión.

Venta por Internet.

## **TEMA 12. EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA.**

Introducción.

Reconocimiento del problema.

Tipos de decisiones.

Búsqueda de información.

Los costes del proceso de búsqueda.

La elección del establecimiento.

La elección de la marca.

Compras racionales e irracionales.

Las compras impulsivas.

Evaluación de la postcompra.

## **TEMA 13. INFLUENCIAS EN EL PROCESO DE COMPRA.**

Variables que influyen en el proceso de compra.

## **TEMA 14. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.**

Criterios de segmentación.

## **TEMA 15. TIPOLOGÍA HUMANA.**

Información personal previa que se puede obtener de los/as clientes/as.

Tipologías de los/as clientes/as.

Clasificación sobre tipos de clientes/as.

Anexo VI. Psicología del Cliente

## **TEMA 16. MOTIVACIONES PSICOLÓGICAS DEL CONSUMIDOR/A.**

Necesidades fisiológicas.

Necesidades de seguridad.

Necesidades sociales.

Necesidades de reconocimiento/estima.

Necesidades de auto-operación/auto-realización.

La teoría de los factores, de Herzberg.

Necesidades internas.

Anexo VII. Factores Psicológicos de la Compra

## **TEMA 17. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL.**

Emisor/a.

Receptor/a.

Contenido.

Código.

Canal de transmisión.

Feedback.

Estrategias para mejorar la comunicación.

Comunicación dentro de la empresa.

Dispositivos de información.

## **TEMA 18. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL.**

Reglas para hablar bien en público.

Reglas para hablar por teléfono.

Comunicación no verbal.

La mirada.

Los gestos de la cara.

Las manos.

La postura.

La vestimenta.

La voz.

La comunicación escrita.

La carta comercial.

**TEMA 19. TÉCNICAS Y PROCESOS DE NEGOCIACIÓN.**

Bases fundamentales de los procesos de negociación.  
Las conductas de los buenos/as negociadores/as.  
Estrategias y tácticas en la negociación.  
Fases de la negociación.  
El local y la situación física de los/as negociadores/a.  
Nivel de autoridad.  
Equiparar recursos y necesidades.  
Llegar a un acuerdo y concretar.  
Gestionar las tensiones.  
Anexo VIII. Técnicas de Cierre

**TEMA 20. LOS CALL CENTERS.**

**TEMA 21. LA ATENCIÓN AL CLIENTE/A EN EL SIGLO XXI.**

Anexo IX. Atención al Cliente

**TEMA 22. COMUNICACIÓN ORAL.**

Introducción.  
Defectos frecuentes por parte del/la que habla.  
Defectos frecuentes por parte del/la oyente.  
Leyes de la comunicación.  
Principios de la comunicación.  
El proceso de comunicación.  
Mensajes que facilitan el diálogo.  
La retroalimentación.  
Ruidos y barreras en la comunicación.  
Cómo superar las barreras en la comunicación.  
Como llevar a cabo la expresión oral en la venta.  
Veinte sugerencias para la comunicación oral.  
Anexo X. La Comunicación

**TEMA 23. LA EXPRESIÓN ESCRITA EN LA VENTA.**

Las veinte sugerencias para la comunicación escrita.

**TEMA 24. LA ESCUCHA EN LA VENTA.**

Como mejorar la capacidad de escuchar.  
Tipos de preguntas.

**TEMA 25. LA COMUNICACIÓN NO VERBAL.**

Emitiendo señales, creando impresiones.  
Los principales componentes no verbales.

**TEMA 26. LA ASERTIVIDAD.**

Tipología de personas.  
Anexo XII. La Asertividad