



Operaciones de venta



Área: Actividades de ventas

Modalidad: Teleformación

Duración: 60 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

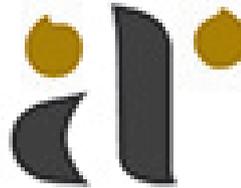
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

- Conocer las estructuras y formas comerciales. - Diferenciar comercio al por menor y al por mayor. - Reconocer las relaciones entre los agentes comerciales. - Describir las fuentes de información on line y off line relativas al mercado. - Analizar la normativa relativa al comercio. - Conocer los tipos de derechos del consumidor. - Identificar las responsabilidades del distribuidor y del fabricante. - Conocer los distintos tipos de vendedor y sus perfiles. - Aprender a organizar el trabajo del vendedor profesional. - Reconocer las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas. - Saber elaborar la documentación comercial y la de compraventa. - Identificar las aplicaciones informáticas relativas a la documentación comercial. - Aprender las fórmulas de descuento. - Conocer los márgenes comerciales. - Calcular el precio de venta. - Calcular los intereses de aplazamiento. - Estimar los tipos de costes de la actividad comercial. - Realizar el cálculo de comisiones comerciales. - Realizar el cálculo de los pagos aplazados. - Realizar el seguimiento de las cuentas de clientes. - Conocer cuáles son las herramientas para el cálculo aplicada a la venta. - Conocer las técnicas básicas de fidelización de clientes. - Comprender las cualidades del vendedor. - Identificar las motivaciones de compra del cliente. - Conocer las características comerciales y psicológicas de productos y servicios. - Aprender las fases de un proceso de venta presencial. - Saber realizar la presentación de un producto o servicio teniendo en cuenta el argumento de ventas. - Conocer la diferencia entre producto y servicio. - Aprender los tipos de presentación de productos. - Conocer la forma de presentar los distintos productos. - Saber cómo argumentar según las objeciones. - Persuadir al cliente en el momento de comprar. - Técnicas de comunicación aplicadas a la venta presencial y no presencial. - Conocer la importancia del servicio post-venta. - Identificar el tipo de procesos comerciales que requieren post-venta. - Conocer la estructura del proceso de post venta. - Conocer las estrategias de fidelización de clientes. - Identificar las técnicas para prever conflictos. - Distinguir los distintos tipos de quejas y reclamaciones. - Conocer la forma de tramitar las reclamaciones. - Analizar las relaciones comerciales a través de Internet. - Conocer las motivaciones de compra del cliente en Internet. - Diferenciar los distintos modelos de comercio en Internet. - Reconocer los elementos claves de una página web. - Analizar las acciones promocionales en tiendas virtuales. - Seguridad referente a los medios de pago en Internet. - Aprender a gestionar las reclamaciones online.

CONTENIDOS

ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA. - 1 organización del entorno comercial - 1.1 estructura del entorno comercial - 1.2 macroentorno - 1.3 microentorno - 1.4 comercio al por menor - 1.5 comercio al por mayor - 1.6 agentes - 1.7 fórmulas y formatos comerciales - 1.8 evolución y tendencias de la comercialización - 1.9 estructura y proceso comercial de la empresa - 1.10 posicionamiento e imagen de marca del producto - 1.11 normativa general sobre comercio - 1.12 derechos del consumidor - 1.13 actividades: organización del entorno comercial - 2 gestión de la venta profesional - 2.1 el vendedor profesional - 2.2 clases de vendedor - 2.3 los conocimientos del vendedor - 2.4 motivación y destreza - 2.5 organización del trabajo del vendedor profesional - 2.6 manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas - 2.7 planificación - 2.8 actividades: gestión de la venta profesional - 3 documentación propia de la venta de productos y servicios - 3.1 documentos comerciales - 3.2 documentos de pago - 3.3 documentos propios de la compra-venta - 3.4 normativa y usos habituales - 3.5 elaboración de la documentación - 3.6 aplicaciones informáticas - 3.7 actividades: documentación propia de la venta de productos y servicios - 4 cálculo y aplicaciones propias de la venta - 4.1 operativa básica de cálculo aplicado a la empresa - 4.2 cálculo de pvp - 4.3 precio mínimo de venta - 4.4 precio competitivo - 4.5 estimación de costes de la actividad comercial - 4.6 el iva - 4.7 impuestos especiales - 4.8 cálculos de descuentos y recargos comerciales - 4.9 descuentos - 4.10 recargos comerciales - 4.11 cálculo de rentabilidad y margen comercial - 4.12 cálculo de comisiones comerciales - 4.13 cálculo de cuotas y pagos aplazados - 4.14 aplicaciones de control y seguimiento de pedidos - 4.15 herramientas e



instrumentos para el cálculo aplicados a la venta - 4.16 actividades: cálculo y aplicaciones propias de la venta - 4.17 cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 1 - TÉCNICAS DE VENTA - 1 procesos de ventas - 1.1 tipos de ventas - 1.2 fases del proceso de venta - 1.3 la entrevista - 1.4 preparación a la venta - 1.5 sondeo - 1.6 aproximación al cliente - 1.7 análisis del producto-servicio - 1.8 argumentario de ventas - 1.9 actividades: procesos de ventas - 2 aplicación de técnicas de ventas - 2.1 presentación y demostración del producto-servicio - 2.2 demostraciones ante un gran número de clientes - 2.3 argumentación comercial - 2.4 técnica para la refutación de objetivos - 2.5 técnicas de persuasión a la compra - 2.6 ventas cruzadas - 2.7 técnicas de comunicación aplicadas a la venta - 2.8 técnicas de comunicación no presenciales - 2.9 actividades: aplicación de técnicas de ventas - 3 seguimiento y fidelización de clientes - 3.1 la confianza y las relaciones comerciales - 3.2 estrategias de fidelización - 3.3 externalización de las relaciones con cliente telemarketing - 3.4 aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes - 3.5 actividades: seguimiento y fidelización de clientes - 4 resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta - 4.1 conflictos y reclamaciones en la venta - 4.2 gestión de quejas y reclamaciones - 4.3 resolución de reclamaciones - 4.4 actividades: resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta - 4.5 cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 2 - VENTA ONLINE - 1 internet como canal de venta - 1.1 las relaciones comerciales a través de internet - 1.2 utilidades de los sistemas online - 1.3 modelos de comercio a través de internet - 1.4 servidores online - 1.5 actividades: internet como canal de venta - 2 diseño comercial de página web - 2.1 el internauta como cliente potencial y real - 2.2 criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web - 2.3 tiendas virtuales - 2.4 medios de pago en internet - 2.5 conflictos y reclamaciones de clientes - 2.6 aplicaciones para el diseño de páginas web comerciales - 2.7 actividades: diseño comercial de página web - 2.8 cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 3 - 2.9 cuestionario: cuestionario módulo 1 -

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.