

## TÉCNICAS PARA LA VENTA Y HABILIDADES COMERCIALES

**N.º expediente:** PS20230074

**N.º acción:** 41

**N.º grupo:** 101

**Entidad:** CENTRO FORMACIÓN AFS, S.L

**Horas:** 40h

**Modalidad:** Teleformación

**Responsable:** Sara Sánchez

**Email:** [sarasanchez@afsformacion.com](mailto:sarasanchez@afsformacion.com)

**Telf.:** 625 036 012

**Fecha inicio:** 23-02-2024

**Fecha fin:** 13-03-2024

**Horario:** 12:00-15:00

febrero						
L	M	X	J	V	S	D
			01	02	03	04
05	06	07	08	09	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

marzo						
L	M	X	J	V	S	D
				01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

## PROGRAMACIÓN

### OBJETIVOS:

#### Objetivos generales:

- Aplicar las técnicas y utilizar las habilidades necesarias para desarrollar el proceso de venta de un producto o servicio con éxito.

#### Objetivos específicos:

- Identificar el tipo de clientela y necesidades, así como analizar el proceso de comunicación durante la venta.
  - Identificar las fases del proceso de venta y formular preguntas clave y argumentaciones adecuadas para dirigir con éxito el proceso de venta.
  - Identificar las objeciones de la clientela, así como aplicar técnicas para reconducirlas y cerrar con éxito una venta.
  - Aplicar las técnicas adecuadas y habilidades para cerrar con éxito una venta.

## CONTENIDOS

### **1. Las necesidades de la clientela y la comunicación. (10 horas)**

- 1.1. Descripción de los elementos que intervienen en la comunicación con la clientela.
  - 1.1.1. Comunicación verbal.
  - 1.1.2. Comunicación no verbal.
- 1.2. Análisis de la importancia del aspecto físico en un proceso de venta.
  - 1.2.1. Técnicas de presentación.
  - 1.2.2. códigos de vestimenta.
- 1.3. Resumen de la pirámide de Maslow según las necesidades de la clientela.
  - 1.3.1. Tipo de necesidades.
  - 1.3.2. Priorizar cada necesidad según el producto o el servicio.
- 1.4. Identificación de los distintos tipos de clientela.
  - 1.4.1. Tipo de clientela.
  - 1.4.2. Características.

### **2. La argumentación y las preguntas. (10 horas)**

- 2.1. Descripción de las fases del proceso de venta.
  - 2.1.1. Fases del proceso de venta.
  - 2.1.2. Características principales de cada fase.
- 2.2. Formulación de preguntas para la venta.
  - 2.2.1. Tipo de preguntas.
  - 2.2.2. Preguntas según tipos de clientela.
- 2.3. Explicación de los argumentos en el proceso de comunicación para la venta.
  - 2.3.1. Ficha de producto.
  - 2.3.2. Argumento de venta para cada producto.
- 2.4. Análisis de las técnicas de exposición del producto.
  - 2.4.1. Técnicas de saber escuchar.
  - 2.4.2. Preguntas para identificar necesidades.

### **3. Tratamiento de objeciones. (10 horas)**

- 3.1. Clasificación de las objeciones.
  - 3.1.1. Tipo de objeciones.
  - 3.1.2. Características.
- 3.2. Gestión de cada tipo de objeción.
  - 3.2.1. Descripción de cada tipo de objeción.
  - 3.2.2. Reconducción de las objeciones.

### **4. El cierre de la venta. (10 horas)**

- 4.1. Descripción de técnicas de presentación del precio.
  - 4.1.1. Técnicas de resumen y exposición del proceso de la venta.
  - 4.1.2. Técnicas de definición del precio.
- 4.2. Técnicas de cierre de la venta.
  - 4.2.1. Tipo de técnicas.
  - 4.2.2. Requisitos para realizar el cierre.