



# Curso ICA de:

TÉCNICAS DE VENTA

**DURACIÓN:** 60 HORAS

## **OBJETIVOS**

Al realizar este curso, el alumno adquirirá las siguientes habilidades y conocimientos:

- ✓ Conocer y manejar los términos de Marketing y Merchandising.
- ✓ Identificar las labores propias del departamento comercial de la empresa y su relación con el resto de la organización.
- ✓ Conocer y poner en práctica el proceso de venta.
- ✓ Manejar las técnicas implicadas en el proceso de venta.

## **CONTENIDOS**

- ✓ Márketing y Merchandising
  - Definición del marketing
  - Funciones del marketing
  - Variables del marketing
  - Los elementos básicos de la comercialización
  - Producto
  - Precio
  - Promoción
  - El Merchandising y sus técnicas
  - Distribución
  - Modalidad de venta
  - El telemarketing: el Call Center comercial
  
- ✓ El vendedor: Formación y personalidad
  - Organización del departamento comercial de una empresa
  - Ámbito de actuación del departamento comercial de una empresa
  - Estructura del departamento comercial de una empresa
  - Las funciones del director comercial
  - Las funciones del vendedor profesional
  - La formación y las capacidades del vendedor profesional
  - La formación complementaria del vendedor profesional
  - La personalidad del vendedor: las aptitudes
  - La personalidad del vendedor: las actitudes

- o La apariencia física del vendedor
- o La atención al cliente en la venta: la clave del éxito
- o Estrategias para la fidelización del cliente
  
- ✓ Las fases técnicas del proceso de venta (1ª Parte)
  - o Introducción
  - o La investigación del mercado y de los clientes
  - o La organización de la agenda y de las visitas
  - o La preparación de la entrevista comercial
  - o La apertura del proceso de venta
  - o La detección de las necesidades del cliente
  - o Las técnicas de venta para detectar las necesidades del cliente
  - o La argumentación
  - o Las técnicas para la argumentación. Objeciones
  
- ✓ Las fases técnicas del proceso de venta (2ª Parte)
  - o El cierre de la venta
  - o El seguimiento de la venta: el registro del cliente
  - o Como realizar el seguimiento de los clientes
  - o Elementos de la fidelización del cliente
  - o Los servicios de post venta (I): la instalación y el asesoramiento
  - o Los servicios de post venta (II): el mantenimiento técnico
  - o Atención a las quejas y reclamaciones
  - o Comportamiento del vendedor para la atención de las quejas
  
- ✓ La venta en la actualidad
  - o Los componentes básicos de la venta
  - o Evolución histórica de la venta comercial.
  - o Las técnicas de ventas. El método AIDDA
  - o Tipología de clientes
  - o El cliente indiferente y el cliente indeciso
  - o El cliente desconfiado y el cliente sabelotodo
  - o El cliente negativo y el cliente impulsivo
  - o El cliente discutidor, el cliente charlatán y el cliente preciso

- La atención al cliente
  
- ✓ La principales técnicas de venta (1ª Parte): La apertura del proceso de venta. El interés del cliente
  - Introducción
  - Presentación atractiva del producto
  - Exhibición del producto
  - Presentación del vendedor
  - Demostración del producto
  - La comunicación comercial.
  - La comunicación oral comercial
  - El lenguaje del vendedor profesional como técnica de ventas
  - La comunicación no verbal comercial
  - La escucha activa en los procesos de venta
  - La técnica de la persuasión
  
- ✓ La principales técnicas de venta (2ª Parte): La detección de las necesidades del cliente
  - La motivación del cliente. Los tipos de compradores
  - Los tipos de compradores existentes en el mercado
  - Conocer las necesidades del cliente: la técnica de observación
  - Recomendaciones para el empleo de las técnicas
  - Las preguntas cerradas, abiertas y opcionales
  - Las preguntas neutras, influyentes y de control
  - Las preguntas generales y las preguntas específicas
  - Las preguntas de tanteo y las preguntas sugerentes
  
- ✓ La principales técnicas de venta (3ª Parte): La argumentación y el cierre de la venta
  - Introducción
  - Conocer el producto que se vende
  - Conocer la utilidad del producto que se vende
  - Conocer la posición estratégica del producto en el mercado
  - Conocer las condiciones de la venta
  - Las objeciones: definición, causas y tipos

- o Tipos de objetivos
- o Tratamiento de las objeciones
- o Las técnicas más eficaces para combatir las objeciones (I)
- o Las técnicas más eficaces para combatir las objeciones (II)
- o Las técnicas del cierre de la venta
- o Consejos para ser un vendedor con éxito



[www.icaformacion.com](http://www.icaformacion.com)

[formacion@icaformacion.com](mailto:formacion@icaformacion.com)

**Delegaciones:**

VIGO - CENTRAL: Portela, 12, bajo 986377779 |  
VIGO I: Mendez Pelayo, 26, Bajo I | VIGO 2: Pta. del Sol  
nº 10, 1º | PONTEVEDRA: Marquesa, 5, 4º | MADRID: c/  
Ardanans, 44, Bajo (Metro Diego de León) BARCELONA:  
Pere IV, 209 Bajos - SEVILLA: Edif. Cristina, C/ Almirante  
Lobo, 2, 4º I