

# TÉCNICAS DE VENTA

## CURSO 100% SUBVENCIONADO

### Metodología

El curso será impartido en modalidad **e-learning** y a **distancia** de forma práctica y dinámica. El alumno dispondrá de servicio de tutorías, corrección de casos prácticos personalizadas y resolución de consultas mediante **línea 900**.

### Duración

6 semanas.

### Material didáctico

Plataforma online  
Manual  
Casos prácticos  
Guía didáctica  
Bloc de notas  
Carpeta

### Titulación Obtenida

Diploma acreditativo tras haber completado el curso y superar la prueba de evaluación.

### Inversión subvencionada

590 € por alumno.  
El 100% del importe del curso se recupera a través de Bonificación en los Seguros Sociales del mes de finalización del curso.

### Información e Inscripción

**www.mainfor.es**  
formacion@mainfor.es  
Telf. 952 062 923  
Fax. 951 190 158

Vender de manera continua y ascendente no es fácil.

Para conseguirlo es imprescindible **poner en práctica una correcta planificación comercial y ejecutar entrevistas comerciales eficaces**. Con las técnicas de venta conocerá las formas más efectivas de vender, así como las estrategias principales para vender con éxito.

### Objetivos del Programa Formativo:

- Identificar la función de venta
- Conocer al cliente y al mercado
- Establecer objetivos comerciales
- Controlar la actividad comercial
- Preparar la entrevista comercial
- Acoger al cliente y detectar sus necesidades
- Argumentar y debatir objeciones
- Cerrar la venta y realizar el seguimiento



## PROGRAMA FORMATIVO

### MÓDULO 1: PLANIFICACIÓN COMERCIAL

#### Identificar la función de venta

- La función de la venta en la organización
- Puntos fuertes de la venta
- Tipos de vendedores
- Funciones del equipo comercial
- Fases de la venta

#### Conocer al cliente y al mercado

- Conocimiento del mercado y del cliente
- Información comercial
- Fuentes de información comercial
- Ayudas para la venta
- Conocimiento del producto
- Fases de la recogida de información

#### Establecer objetivos comerciales

- Desarrollo de la planificación comercial
- Establecimiento de objetivos
- Características de los objetivos comerciales
- Objetivos de resultado e intermedios
- Objetivos de proceso
- Herramientas de planificación
- Cronograma
- Organización del tiempo

#### Controlar la actividad comercial

- El control de las actividades de venta
- Indicadores de control
- Indicadores de proceso y de resultado
- Proceso de recogida de información
- Sistemas de registro de información
- Datos para el registro
- Utilidad de la información
- Desviaciones
- Análisis de desviaciones
- Acciones correctoras

### MÓDULO 2: ENTREVISTA COMERCIAL

#### Preparación de la entrevista comercial

- Fases de la entrevista comercial
- La primera imagen
- Recogida de información
- Preparación psicológica de la venta
- Pensamientos positivos
- Influencia de los prejuicios

#### Acogida del cliente

- La etapa de acogida
- Acogida y presentación adecuadas
- Necesidades del cliente
- Detección de las necesidades del cliente
- Creación de una necesidad
- Reducción de la incertidumbre

#### Argumentación y debate de objeciones

- Objetivos de la argumentación
- Información para argumentar
- El deseo de compra
- Manejar una objeción
- Uso del lenguaje
- Rebatir objeciones

#### Cierre de la venta y seguimiento

- Señales de cierre de la venta
- Técnicas de cierre
- Dejar la puerta abierta
- El seguimiento de la venta
- Situaciones para el seguimiento
- Tipos de seguimiento

**Mainfor**  
Profesionales de la Formación