



# Guía Didáctica

Técnicas de venta (UF0031)

## Objetivos

---

### □ **Objetivos Generales**

- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distinto de Internet.
- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.
- Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

### □ **Objetivos Específicos**

- Conocer las características de los distintos tipos de venta: la venta presencial y no presencial, la venta con establecimiento y sin establecimiento.
- Describir y aplicar las técnicas básicas para la fidelización y captación de clientes.
- Describir las capacidades que debe poseer un vendedor, así como las aptitudes que tiene que desarrollar un vendedor.
- Indicar las variables que podemos contemplar en la conducta y motivaciones de un cliente. Saber que estimula al cliente para que compre. Identificar los distintos tipos de conducta, sus miedos e inquietudes y lo que estimula al cliente para
- Conocer todas las fases del proceso de venta mediante la aproximación al cliente, el desarrollo en el que se argumentan las objeciones que plantea el cliente y el cierre de la venta.
- Aplicar las distintas demostraciones del producto atendiendo al tipo de cliente.
- Análisis del producto o servicio atendiendo a cada uno de sus atributos técnicos y comerciales.
- Conocer el argumentario de ventas seleccionando los distintos argumentos de ventas.

- Conocer e identificar los distintos tipos de presentaciones del artículo o producto, así como las diferencias entre los productos y servicios.
- Identificar en qué momento de la fase de argumentación es necesaria la demostración.
- Distinguir los distintos tipos de demostración y el momento y cliente idóneo para realizar la demostración.
- Diferenciar como realizar una demostración de un producto frente a un pequeño y gran número de clientes.
- Capacitar para la realización de presentaciones de productos.
- Conocer la existencia de ventas que se pueden realizar adicionalmente a la del producto que ofrecemos; ventas cruzadas: adicionales y sustitutivas.
- Aplicación de técnicas de comunicación para la venta.
- Identificar los distintos elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- Diferenciar los distintos aspectos de la comunicación verbal y no verbal. Estos aspectos nos pueden ayudar para emplearlos durante una entrevista.
- Realizar técnicas de comunicación telefónica con presencia de la sonrisa.
- Conocer los instrumentos de comunicación escrita.
- Conocer las ventajas de fidelizar a un cliente, así como las distintas estrategias a utilizar para la fidelización de los mismos.
- Conocer las técnicas de telemarketing.
- Distinguir los distintos tipos de reclamaciones y las diferencias y consecuencias de las mismas y la importancia de las mismas.
- Gestionar las quejas y reclamaciones de los consumidores y usuarios.
- Conocer la normativa en materia de protección al consumidor.
- Ser capaz de cumplimentar las hojas de reclamaciones y entender el proceso de remisión de las distintas hojas a cumplimentar.

- Conocer la existencia de Oficinas Municipales de Información al Consumidor, indagando sobre las distintas funciones de las mismas.
- Entender el proceso de resolución de reclamaciones extrajudiciales.
- Conocer las Juntas Arbitrales de Consumo.

## Contenidos

<b>70 horas</b>	<b>UF0031: Técnicas de venta</b>
24 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidad 1: Procesos de venta                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de venta</li> <li>• Fases del proceso de venta</li> <li>• Aproximación al cliente</li> <li>• El vendedor</li> <li>• Análisis del producto o servicio</li> <li>• El argumentario de ventas</li> </ul> </li> </ul>
23 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidad 2: Aplicación de técnicas de venta                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación y demostración de un producto/servicio</li> <li>• Argumentación</li> <li>• Objeciones del cliente</li> <li>• Técnicas de comunicación</li> <li>• La expresión oral</li> <li>• Medios de comunicación no presenciales</li> <li>• La comunicación comercial escrita: cartas y documentación</li> </ul> </li> </ul>
23 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidad 3: Fidelización de clientes. Resolución de conflictos y reclamaciones                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• La confianza y las relaciones comerciales</li> <li>• Externalización de las relaciones con clientes</li> <li>• Conflictos y reclamaciones en la venta</li> <li>• Resolución de reclamaciones</li> </ul> </li> </ul>
<b>70 horas</b>	<b>3 unidades didácticas</b>