

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: ORGANIZACIÓN Y REALIZACIÓN DE VENTAS TÉCNICAS

- Horas totales: 100
- Modalidad: TELEFORMACIÓN

OBJETIVO GENERAL:

Adquirir los conocimientos sobre los aspectos legales, administrativos y de organización y realización de la actividad comercial, además de ser capaz de orientar, asesorar y vender al cliente productos técnicos y efectuar el cierre y posterior seguimiento de la operación.

CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS.

- 1.1. Aspectos legales: marco jurídico del comercio.
 - 1.1.1. Requisitos para el ejercicio de la actividad comercial.
 - 1.1.2. Normativa comercial básica.
 - 1.1.3. La protección del consumidor.
 - 1.1.4. Instituciones que facilitan y promueven la actividad comercial.
 - 1.1.5. Instituciones que informan y protegen al consumidor.
 - 1.1.6. Instituciones que velan por el cumplimiento de la legislación comercial.
- 1.2. Aspectos organizativos: organización de las rutas de servicio.
 - 1.2.1. La cita.
 - 1.2.2. Aspectos administrativos: preparación de la documentación.
 - 1.2.3. Delimitación del mercado.
 - 1.2.4. Cumplimiento de objetivos de venta.
 - 1.2.5. Estado de situación comercial del vendedor.
 - 1.2.6. Análisis de los productos.
 - 1.2.7. Análisis de los clientes.
 - 1.2.8. Control del trabajo de los vendedores.
 - 1.2.9. Autoevaluación del vendedor.
 - 1.2.10. Control del ratio.
 - 1.2.11. Otros documentos.
 - 1.2.12. Gestión de la actividad.
- 1.3. Gastos de viaje: delimitación de los gastos del vendedor.
 - 1.3.1. Control del volumen de ventas.
 - 1.3.2. Control de otras dimensiones de ventas.
 - 1.3.3. Comportamiento, eficacia, eficiencia.
 - 1.3.4. El principio del iceberg.

2. REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS.

- 2.1. Comunicación y comportamiento del consumidor: introducción.
 - 2.1.1. Elementos de comunicación.
 - 2.1.2. El Proceso de comunicación.
 - 2.1.3. Barreras de comunicación.

- 2.1.4. Niveles de comunicación.
- 2.1.5. Actitudes y técnicas favorecedoras de la comunicación.
- 2.1.6. Los sistemas de comunicación.
- 2.1.7. Tipos de reuniones.
- 2.2. Nociones de psicología aplicada a la venta
 - 2.2.1. La persuasión.
 - 2.2.2. La motivación.
 - 2.2.3. Comportamiento de compra.
 - 2.2.4. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.
 - 2.2.5. Relación comprador-vendedor.
 - 2.2.6. Comportamiento de compra y venta
- 2.3. El vendedor: perfil del vendedor.
 - 2.3.1. Motivaciones del vendedor.
 - 2.3.2. Medios de comunicación.
 - 2.3.3. Técnicas de afirmación de la personalidad.
- 2.4. Comportamiento de compra y venta.
 - 2.4.1. Comprador: móviles y motivaciones de compra.
 - 2.4.2. Hábitos de compra.
 - 2.4.3. Actitudes del consumidor.
 - 2.4.4. Tipologías de consumidores.
 - 2.4.5. La venta directa: introducción.
 - 2.4.6. La acogida. La argumentación.
 - 2.4.7. La demostración. El cierre de la venta.
- 2.5. El Seguimiento de la venta.
 - 2.5.1. Introducción.
 - 2.5.2. Cumplir lo acordado.
 - 2.5.3. Mantener la confianza.
 - 2.5.4. El servicio postventa.
 - 2.5.5. Las reclamaciones.
- 2.6. Marco jurídico de la venta.
 - 2.6.1. El contrato de compraventa.
 - 2.6.2. Compraventa civil.
 - 2.6.3. Compraventa mercantil.
 - 2.6.4. Regulación de la compraventa.
 - 2.6.5. Tipos de contrato de compraventa.

SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

- Especificaciones sobre el desarrollo sostenible.
- Identificación de los principales vectores medioambientales.
- Aplicación de los principios y fundamentos de la economía circular.
- Caracterización del desplazamiento y movilidad sostenible.
- Implementación de acciones de mejora ambiental en el entorno laboral y personal.
- Implementación de buenas prácticas en la actividad profesional para reducir el impacto ambiental.
- Descripción de la responsabilidad social.