

Programa Avanzado en Comercio

Cursos:

1. Escaparatismo en general - 60 horas

- **Objetivos:**

Este programa formativo ayudará a conocer y perfeccionar la técnica general de presentación de escaparates, al objeto de despertar el interés de los clientes. El escaparatismo comercial busca promover el punto de venta y para ello es indispensable manejar adecuadamente todos los elementos que pueden componer un escaparate incluidos los referentes a la luz y el color.

- **Contenidos:**

Escaparatismo

1. Principios básicos del escaparatismo
2. Objetivos Comerciales del Escaparate
3. Historia del Escaparatismo
4. La percepción sensitiva
5. Principios básicos de la comunicación en el punto de venta
6. Comunicación y escaparatismo
7. Elementos que intervienen en la animación de un escaparate
8. Rotulación y serigrafía
9. Localización exterior
10. Adecuación de la imagen del escaparate
11. Escaparatismo - presupuesto y programación
12. Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate
13. Ratios de control y stands
14. El color
15. La iluminación
16. Tipos de clasificaciones

Técnicas de marketing

1. Condicionantes del marketing
2. Estudio de mercados
3. El mercado
4. Política de productos
5. Política de precios
6. Política de distribución
7. La comunicación
8. Política de comunicación
9. Publicidad
10. El perfil del vendedor
11. La venta como proceso
12. Tipología de la venta
13. Técnicas de ventas
14. Estrategia de ventas

2. Técnicas de marketing en el punto de venta - 60 horas

• Objetivos:

Este curso aborda desde una perspectiva muy actual y pegada a la práctica, las cuestiones más relevantes del Merchandising. A través del desarrollo equilibrado y secuencial de los diferentes tipos de contenidos incluidos, se adquirirán conocimientos y destrezas que le permitirán planificar, dirigir y ejecutar acciones de merchandising en cualquier tipo de establecimiento comercial, utilizando las más modernas herramientas desarrolladas por la informática y la aplicación del trade marketing. Como complemento se incluye un programa formativo general sobre atención al cliente que nos recuerda que: “el cliente es lo más importante”. Sin duda, un buen slogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero “del dicho al hecho...” ¿Se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en este curso que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones... Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado.

• Contenidos:

Marketing en el punto de venta

1. Condicionantes del marketing
2. Estudio de mercados
3. El mercado
4. Política de productos
5. Política de precios
6. Política de distribución
7. La comunicación
8. Política de comunicación
9. Publicidad
10. Promoción - relaciones públicas y merchandising
11. El perfil del vendedor
12. La fachada del punto de venta
13. El espacio de venta
14. La venta como proceso
15. Características y hábitos del consumidor habitual
16. Tipología de la venta
17. Técnicas de ventas
18. Estrategia de ventas
19. Merchandising

Telemarketing

1. Condicionantes del marketing
2. Administración de clientes
3. Telemarketing
4. La comunicación y la conducta del consumidor
5. Fidelización, satisfacción y reclamaciones del cliente
6. Estudio del cliente
7. Atención al cliente
8. Técnicas de venta
9. Marketing e Internet

Atención al cliente

1. Qué significa Servicio al Cliente
2. Tipos de clientes
3. Tipos de servicios
4. Fases del servicio al cliente
5. Fallos en la atención al cliente
6. Cara a cara. Servir con una sonrisa
7. Cara a cara. El cliente difícil
8. La carta

3. Formación de vendedores - 60 horas

• Objetivos:

Técnicas de ventas y negociación reúne los aspectos del marketing que se relacionan directamente con la comunicación tanto con el cliente como entre empresas, organizaciones... Siempre con un fin último: alcanzar el éxito. Sin duda, aprenderá una serie de técnicas que son imprescindibles si sus objetivos se enfocan a cerrar operaciones de compra-venta como: la planificación personal, métodos de contacto, presentación de productos, resolución de objeciones, técnicas de cierre... Culminará su proceso formativo entrando en el plano negociador asimilando conceptos como: la negociación en grupo, tácticas y trucos, errores en la negociación... incluso técnicas de presentaciones orales eficaces. El objetivo general Principio de marketing consiste en describir las diferentes disciplinas de que consta el corpus completo del marketing, de manera que el alumno distinga entre las diferentes herramientas marketinianas para poder así combinarlas hasta conseguir resultados. Como quiera que el marketing actual resulta muy extenso, este curso podrá, además, ayudar al alumno a elegir una especialidad dentro del ámbito general. Así podrá ubicarse en el marketing propio del sector en el que pretende su aplicación práctica, mediante posteriores cursos de marketing especializados.

• Contenidos:

Técnicas de ventas y negociación

1. Aspectos básicos de la venta
2. La planificación
3. La comunicación
4. Contacto o aproximación
5. Presentación y demostración
6. Las objeciones I
7. Las objeciones II
8. Técnicas frente a las objeciones
9. El cierre de la venta
10. Otros modelos de ventas
11. Técnicas de negociación
12. Presentaciones orales eficaces

Técnicas de marketing

1. Condicionantes del marketing
2. Estudio de mercados
3. El mercado
4. Política de productos
5. Política de precios
6. Política de distribución
7. La comunicación
8. Política de comunicación
9. Publicidad
10. El perfil del vendedor
11. La venta como proceso
12. Tipología de la venta
13. Técnicas de ventas
14. Estrategia de ventas

Atención al cliente

1. Qué significa Servicio al Cliente
2. Tipos de clientes
3. Tipos de servicios
4. Fases del servicio al cliente
5. Fallos en la atención al cliente
6. Cara a cara. Servir con una sonrisa
7. Cara a cara. El cliente difícil
8. La carta

4. Técnicas de ventas y atención al cliente - 60 horas

• Objetivos:

“El cliente, lo más importante”. Sin duda, un buen slogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero “del dicho al hecho...” ¿Se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en este curso que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones... Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado. No se vende más el mejor producto o servicio, sino el que mejor se sabe vender”. Esta máxima, en el mundo de la venta, es simplemente una realidad. Por un pequeño error se puede escapar una venta, de ahí la importancia de conocer las técnicas que dentro del marketing se dirigen a conseguir cerrar una venta. Este curso eminentemente práctico, nos descubre todos los aspectos que un profesional de la venta debe dominar desde la planificación, la comunicación, el contacto, la presentación... hasta cómo superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta.

• Contenidos:

Técnicas de ventas

1. Organización del entorno comercial
2. Gestión de la venta profesional
3. Documentación propia de la venta de productos y servicios
4. Cálculo y aplicaciones propias de la venta
5. Procesos de ventas
6. Aplicación de técnicas de ventas
7. Seguimiento y fidelización de clientes
8. Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta
9. Internet como canal de venta
10. Diseño comercial de página Web



Atención al cliente

1. Qué significa Servicio al Cliente
2. Tipos de clientes
3. Tipos de servicios
4. Fases del servicio al cliente
5. Fallos en la atención al cliente
6. Cara a cara. Servir con una sonrisa
7. Cara a cara. El cliente difícil
8. La carta