

## Habilidades de venta



Área: MARKETING  
Duración: 35h  
Metodología: online

### Objetivos

Identificar las diferentes técnicas necesarias para la venta en el comercio y la mejor manera de aplicarlas. También diferenciar los tipos de clientes que se puede encontrar, desarrollar sus propios planes comerciales, crear sus propias técnicas de persuasión, estudiar los aspectos psicológicos que motivan al consumidor en la compra, y hacer de un cliente ocasional, un posible cliente fijo.

### Contenidos y estructura del curso

El entorno comercial

Introducción

El entorno comercial

¿Por qué es importante conocer el entorno comercial?

Factores que influyen en el entorno comercial

Cómo adaptarse a un entorno comercial cambiante

El vendedor

El papel del vendedor en el proceso de ventas

Las cualidades y habilidades clave de un vendedor exitoso

Perfiles psicológicos del vendedor

Cómo un vendedor puede influir en la experiencia del cliente

El cliente

Segmentación de clientes y diferentes tipos de consumidores

Los tipos de clientes

Cómo identificar las necesidades y deseos de los clientes para ofrecer soluciones efectivas

Resumen

Variables psicológicas del consumidor I. Psicología de las ventas

Introducción

Entendiendo al consumidor/a moderno

La importancia de la psicología en las ventas

Panorama general de las variables psicológicas en el comportamiento del consumidor

Psicología de la venta

Conceptos fundamentales de la psicología aplicada a las ventas

Percepción y atención

Aprendizaje y memoria

Actitudes y persuasión

Emociones y su efecto en la decisión de compra

Resumen

Variables psicológicas del consumidor II. Motivaciones de compra de los clientes

Introducción

Motivación de compra de los clientes

Comprensión de las necesidades y deseos

Teorías de la motivación

Tipos de necesidades

La jerarquía de necesidades de Maslow aplicada a las ventas

Aplicación en ventas

Identificación de señales de compra

Resumen

La compra, toma de decisiones del cliente

Introducción

La compra, la toma de decisiones del cliente

El proceso de compra desde la toma de decisión

Factores que influyen en las decisiones de compra

Factores psicológicos

Factores sociales

Factores culturales

Factores personales

Factores situacionales

El rol de la emoción y la lógica en la toma de decisiones

La influencia de la emoción

La importancia de la lógica

Equilibrio entre emoción y lógica

Detección de necesidades y expectativas del cliente

Resumen

El vendedor y la acción sobre el otro: persuadir y convencer

Introducción

El vendedor y la acción sobre el otro: persuadir y convencer

Persuasión en ventas

Definición y principios

Técnicas de persuasión desde la psicología

Técnicas de persuasión avanzadas en ventas

Convencer al cliente

Construcción de argumentos efectivos

Manejo de objeciones

El Viento y el sol: una fábula sobre la persuasión en ventas

La entrevista comercial

Apartados de la entrevista comercial

Preparación para la entrevista

Desarrollo de la entrevista

Presentación del producto o servicio

Manejo de objeciones y cierre

Seguimiento post entrevista

Resumen

La comunicación

Introducción

La comunicación

Tipos de comunicación

Comunicación efectiva

Comunicación verbal

Comunicación no verbal

Escucha activa

Claridad y concreción

Dificultades de la comunicación

Los niveles de la comunicación

Actitudes y técnicas favorecedoras de la comunicación

Conclusión

Resumen

Generación de confianza

Introducción

Generación de confianza

La importancia de la confianza en ventas

Fortaleciendo la relación con el cliente: el papel crucial de la confianza

Impacto de la confianza en la gestión de quejas y reclamaciones

Cómo la confianza influye en situaciones difíciles

Estrategias para generar confianza

Estrategias adicionales

Técnicas de construcción de confianza

Escucha activa  
Transparencia y honestidad  
Consistencia en el servicio  
Relaciones personales  
Competencia y conocimiento  
Feedback del cliente  
Comunicación proactiva  
Garantías y pruebas  
Caso práctico de garantías y pruebas  
Creación del programa de pruebas y garantías de un coche utilitario eléctrico  
Resumen

Técnicas de argumentación  
Introducción  
Conceptos a tener en cuenta en una venta eficaz  
Conceptos clave para la venta eficaz  
Teorías sobre la realización de la venta  
Teoría AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción)  
Modelo de venta consultiva  
Método SPIN (Situación, Problema, Implicación, Necesidad de solución)  
Solución de venta de valor  
Fases  
Preparación  
Desarrollo de la propuesta de valor  
Presentación y reforzamiento  
Manejo de objeciones  
Cierre de la venta  
Técnicas para la elaboración del argumentario de venta  
¿Qué es un argumentario?  
Técnicas para la elaboración del argumentario de venta  
Estructura del argumentario  
Identificación de beneficios clave  
Personalización del argumentario  
Manejo de objeciones  
Historias y casos de estudio  
Técnicas de persuasión  
Llamados a la acción claros  
Técnicas y enfoques adicionales elaboración del argumentario  
Resumen

La propuesta de valor  
Introducción  
Análisis de la competencia  
Identificación de competidores  
Herramientas y métodos para la recopilación de información sobre la competencia  
Evaluación de la oferta de la competencia  
Análisis de estrategias de  
mercado de la competencia  
Benchmarking y comparación competitiva  
Oportunidades y amenazas  
Desarrollo de estrategias competitivas  
Conclusión y pasos siguientes  
Liderar la Negociación  
Comprender el arte de negociar  
Preparación antes de la negociación  
Estrategias de negociación  
Manejo de objeciones  
Cierre de la negociación  
Desarrollo de la negociación  
Diferencia entre competición-cooperación  
La competición  
La cooperación  
Como enfocar nuestra negociación  
Posición ganar - ganar  
Ser creativo en las alternativas

Los criterios de un acuerdo eficaz

Resumen

Proceso de venta

Introducción

Preparación de la visita

Investigación del cliente

Definición de objetivos para la visita

Planificación de la estrategia de acercamiento

Preparación de materiales y herramientas

Etapas de la venta y la negociación comercial

Cierre de la venta

Psicología del cierre

Identificación de señales de compra

Técnicas de cierre

Manejo de la negativa al cierre

Prácticas post-cierre

Seguimiento de la venta

Importancia del seguimiento postventa

Estrategias de seguimiento efectivas

Medios de seguimiento

Llamadas telefónicas

Correo electrónico

Visitas personales

Redes sociales y newsletters

Manejo de feedback y reclamaciones

Escucha activa

Resolución de problemas

Establecimiento de un calendario de seguimiento

Planificación de contactos futuros

Uso de CRM para el seguimiento

Registro y análisis con CRM

Resumen

Merchandising y Marketing

Introducción

Merchandising

Breve historia del merchandising

Tipos de merchandising y estrategias efectivas

La Importancia de la Marca en el Merchandising

La psicología del consumidor en el merchandising

Disposición del punto de venta

Fundamentos de la disposición del punto de venta

Otros conocimientos básicos que tienes que conocer

Clave en la disposición del punto de venta

Evaluación y mejora de la disposición del punto de venta

Marketing de guerrilla

Diferencias con las estrategias de marketing tradicionales

Técnicas y herramientas del marketing de guerrilla

El marketing viral

Principios y cómo se diferencia de otros tipos de marketing

Estrategias para crear contenido viral

Uso de plataformas sociales y digitales

Resumen

## Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, videos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

## Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

---

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:  
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

