

OPERACIONES DE VENTA



ONLINE



Duración: 60 H

Horas presenciales: 0 H

Horas online: 60 H



Familia: COMERCIO Y MARKETING

Área: NO PRL



Objetivos:

- Conocer las estructuras y formas comerciales. - Diferenciar comercio al por menor y al por mayor. - Reconocer las relaciones entre los agentes comerciales. - Describir las fuentes de información on line y off line relativas al mercado. - Analizar la normativa relativa al comercio. - Conocer los tipos de derechos del consumidor. - Identificar las responsabilidades del distribuidor y del fabricante. - Conocer los distintos tipos de vendedor y sus perfiles. - Aprender a organizar el trabajo del vendedor profesional. - Reconocer las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas. - Saber elaborar la documentación comercial y la de compraventa. - Identificar las aplicaciones informáticas relativas a la documentación comercial. - Aprender las fórmulas de descuento. - Conocer los márgenes comerciales. - Calcular el precio de venta. - Calcular los intereses de aplazamiento. - Estimar los tipos de costes de la actividad comercial. - Realizar el cálculo de comisiones comerciales. - Realizar el cálculo de los pagos aplazados. - Realizar el seguimiento de las cuentas de clientes. - Conocer cuáles son las herramientas para el cálculo aplicada a la venta. - Conocer las técnicas básicas de fidelización de clientes. - Comprender las cualidades del vendedor. - Identificar las motivaciones de compra del cliente. - Conocer las características comerciales y psicológicas de productos y servicios. - Aprender las fases de un proceso de venta presencial. - Saber realizar la presentación de un producto o servicio teniendo en cuenta el argumento de ventas. - Conocer la diferencia entre producto y servicio. - Aprender los tipos de presentación de productos. - Conocer la forma de presentar los distintos productos. - Saber cómo argumentar según las objeciones. - Persuadir al cliente en el momento de comprar. - Técnicas de comunicación aplicadas a la venta presencial y no presencial. - Conocer la importancia del servicio post-venta. - Identificar el tipo de procesos comerciales que requieren post-venta. - Conocer la estructura del proceso de post venta. - Conocer las estrategias de fidelización de clientes. - Identificar las técnicas para prever conflictos. - Distinguir los distintos tipos de quejas y reclamaciones. - Conocer la forma de tramitar las reclamaciones. - Analizar las relaciones comerciales a través de Internet. - Conocer las motivaciones de compra del cliente en Internet. - Diferenciar los distintos modelos de comercio en Internet. - Reconocer los elementos claves de una página web. - Analizar las acciones promocionales en tiendas virtuales. - Seguridad

referente a los medios de pago en Internet. - Aprender a gestionar las reclamaciones online.



Contenidos:

- Organización de procesos de venta
- 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
- Técnicas de venta
- 1 Procesos de venta
- 2 Aplicación de técnicas de venta
- 3 Seguimiento y fidelización de clientes
- 4 Conflictos y reclamaciones en la venta
- Venta online
- 1 Internet como canal de venta
- 2 Diseño comercial de páginas web