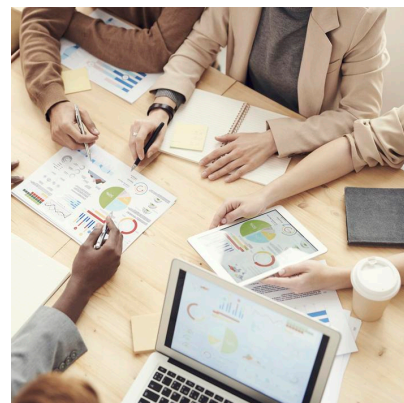








## TÉCNICAS DE VENTAS EN PELUQUERÍAS



	<b>ONLINE</b>		
	<b>Duración:</b> 30 H	<b>Horas presenciales:</b> 0 H	<b>Horas online:</b> 30 H
	<b>Familia:</b> COMERCIO Y MARKETING <b>Área:</b> NO PRL		
	<b>Dirigido a:</b> -Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presente o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	<b>Objetivos:</b> 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, comunicación, el contacto, la presentación, etc., hasta como superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta. El cliente es lo más importante. Sin duda, un buen eslogan 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, etc. Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado.		
	<b>Metodología:</b> Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumn@ interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.		



**Contenidos:**

- 1 La comunicación
- 2 La comunicación oral y no verbal
- 3 Qué significa atención al cliente
- 4 Tipos de servicios
- 5 Fases del servicio al cliente
- 6 El producto
- 7 El perfil del vendedor
- 8 Errores más frecuentes de los vendedores
- 9 Tipos de clientes
- 10 Cara a cara con el cliente
- 11 El cliente difícil
- 12 Motivaciones del cliente para comprar I
- 13 Motivaciones del cliente para comprar II
- 14 La venta como proceso
- 15 Características y hábitos del consumidor habitual
- 16 Tipología de la venta
- 17 Técnicas de ventas
- 18 Promoción
- 19 Las objeciones
- 20 Técnicas frente a objeciones