

ATENCIÓN Y VENTA A ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

N.º expediente: PS20230074

N.º acción: 8

N.º grupo: 101

Entidad: CENTRO FORMACIÓN AFS, S.L

Horas: 30h

Modalidad: Teleformación

Responsable: Sara Sánchez

Email: sarasanchez@afsformacion.com

Telf.: 625 036 012

Fecha inicio: 02-05-2024

Fecha fin: 15-05-2024

Horario: 12:00-15:00

| mayo | | | | | | |
|------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | X | J | V | S | D |
| | | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 |
| 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |
| | | | | | | |

PROGRAMACIÓN

OBJETIVOS:

Objetivos generales:

- Aplicar las técnicas de venta adecuadas a un comercio minorista, así como desarrollar habilidades de atención a la clientela.

Objetivos específicos:

- Analizar el contexto actual del comercio minorista y el impacto que puede tener la experiencia de compra sobre la clientela.
- Identificar los distintos tipos de clientela según las necesidades de compra.
- Identificar los elementos clave para organizar el proceso de atención a la clientela, así como aplicar técnicas destinadas a mejorar el proceso de comunicación, cierre de ventas y atención al servicio de posventa.

CONTENIDOS

1. Contexto e impacto de la experiencia de compra. (5 horas)

- 1.1. Identificación del contexto del comercio al por menor y la experiencia de compra.
 - 1.1.1. El cambio de paradigma en el comercio local.
 - 1.1.2. Aspectos clave para el éxito de un negocio de retail o comercio minorista.
 - 1.1.3. Principios de la atención al cliente.
 - 1.1.4. Diferencia entre experiencia de compra y experiencia de la clientela.
 - 1.1.5. Elementos que pueden potenciar o frenar una venta. Tipo de clientela y necesidades de compra

2. Tipo de clientela y necesidades de compra. (10 horas)

- 2.1. Identificación de los distintos tipos de clientela.
 - 2.1.1. Tipo de clientela.
 - 2.1.2. Tipo de necesidades.
 - 2.1.3. Comportamientos de la clientela.
 - 2.1.4. Perfiles psicológicos de la clientela.

3. El proceso de venta y la comunicación con la clientela. (15 horas)

- 3.1. Organización del proceso de atención a la clientela.
 - 3.1.1. Proceso de la atención a la clientela.
 - 3.1.2. Fases de la atención a la clientela.
 - 3.1.3. Calidad de la atención al cliente.
- 3.2. Identificación de los aspectos clave en la comunicación con la clientela.
 - 3.2.1. Habilidades interpersonales.
 - 3.2.2. Técnicas de comunicación verbal, no verbal, telefónica y escrita.
 - 3.2.3. Comportamiento asertivo y sus técnicas.
 - 3.2.4. Técnicas y procesos para la recogida de información.
- 3.3. Gestión de cierres de venta y servicios postventa.
 - 3.3.1. Procesos del servicio postventa.
 - 3.3.2. Proceso de negociación.
 - 3.3.3. Gestión de quejas y reclamaciones.
 - 3.3.4. Distinción de diferentes tipos de garantías.
 - 3.3.5. Buenas practicas en la finalización y cierre del proceso de venta.