

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is at the top right, and a grey shape is at the top left. A large grey shape is in the middle, and a teal shape is at the bottom right. The central area is white.

Guía didáctica

Crea tu tienda online: Técnicas de venta

INTRODUCCIÓN

Esta acción formativa comprende:

- **Crea tu tienda online:**

El aumento del e-commerce es un fenómeno a nivel mundial, debido a los constantes avances en el mundo digital. Las empresas no solo han tenido que amoldarse a unas reglas de juego que nunca dejan de cambiar, también han tenido que adentrarse en un territorio completamente nuevo y sumergirse en una continua mejora. Internet se rige por la inmediatez y la comodidad y eso implica que las compañías deben adaptarse. El e-commerce es imparable, y las tiendas que saben usar su fórmula, también.

Las tiendas online no dejan de aparecer y de ofrecer facilidades, y eso está generando un entorno en el que las compras por internet se están convirtiendo en la primera opción. Hay que destacar que raíz de la pandemia que ha afectado a todo el planeta, los negocios online han crecido más que nunca, de ahí que las tiendas online se encuentren en una etapa dorada.

OBJETIVO GENERAL

Adquirir habilidades para abrir y gestionar una tienda en internet con el programa de código libre “PrestaShop”, así como de colocar sus categorías, productos, precios, imágenes, y establecer los transportistas y formas de envío y establecer los modos y pasarelas de pago.

- **Técnicas de venta:**

Conocer las técnicas de venta es algo imprescindible para poder llevar a cabo dicho proceso. Por medio de este curso, se intenta aproximar al alumno a dicho proceso, enseñándole cuáles son y cómo analizar las diferentes técnicas.

Por otra parte, el alumno conocerá cuáles son los conflictos que se pueden originar en el proceso de venta y la necesidad de resolver de una manera tranquila y negociada, intentando que el cliente quede satisfecho y así, conseguir su fidelización.

Objetivos generales

- Determinar las líneas propias de actuación comercial en la venta, ajustando el plan de acción definido por la empresa, a las características específicas de cada cliente.
- Atender y satisfacer las necesidades del cliente teniendo en cuenta los objetivos y productos y/o servicios de la empresa
- Obtener el pedido a través de los diferentes canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta dentro de los márgenes de actuación de venta establecidos por la empresa.

- Atender y resolver en el marco de su responsabilidad, las reclamaciones presentadas por los clientes según los criterios y procedimientos establecidos por la empresa respetando la normativa vigente de protección al consumidor.
- Gestionar los procesos de seguimiento y postventa según los criterios establecidos por la empresa.

Duración total de la acción formativa: 150 horas

Modalidad: Teleformación

CONTENIDO FORMATIVO

	Crea tu tienda online: Técnicas de venta	150 horas
	Módulo I: Crea tu tienda online	35
UA1	Prestashop y el comercio electrónico <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a Prestashop y el concepto de comercio electrónico • La tienda Prestashop, primeros pasos (cómo ve el cliente y cómo es su programa de gestión) 	7,5
	Cuestionario de autoevaluación UA1	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	8
UA2	Tu tienda por dentro (Back office) <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Back Office. Panel de entrada • Gestión de los productos y categorías. • Transporte, transportistas, formas de envío y distribución por zonas. • Los clientes y los pedidos. • Medios de Pago. Empleados y estadísticas. 	13
	Cuestionario de autoevaluación UA2	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	13,5
UA3	Tu tienda por fuera (Front office) <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Front Office. • Los módulos, Gestión, configuración, activación. • Posición módulos en el Front Office, personalización de la tienda. • Los módulos más importantes. • Consideraciones finales. 	13
	Cuestionario de autoevaluación UA3	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	13,5
	Actividad de evaluación	1
	Módulo II: Técnicas de venta	115
UA1	Procesos de venta <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de venta. • Venta personal. • Venta multinivel. • Venta a distancia. 	37,5

	Crea tu tienda online: Técnicas de venta	150 horas
	<ul style="list-style-type: none"> • Similitudes y diferencias entre venta presencial y no presencial. • Venta fría. • Fases del proceso de venta. • Fase previa. • Fase previa: la prospección. • La oferta del producto: la presentación y apertura. • La oferta del producto: la argumentación y exposición. • La demostración. • La demostración: planificación estratégica y errores a evitar. • La demostración: materiales de apoyo. • La demostración: técnicas. • La negociación: planificación y objetivos de la negociación. • La negociación: desarrollo y estilo de la negociación. • La negociación: técnicas. • Las objeciones: motivos para plantearlas. • Las objeciones: tipos más frecuentes y proceso de respuesta. • La objeción: técnicas para resolver una objeción. • La objeción: precio. • El cierre de la venta. • El cierre de la venta: técnicas. • El cierre de la venta: según tipo de cliente. • Aproximación al cliente. • Detectar necesidades del consumidor. • Clasificación de las necesidades. • Hábitos del consumidor. • Comportamiento del consumidor. • El proceso de decisión de compra. • Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta. • El vendedor. • Observación y clasificación del cliente. • Análisis del producto o servicio. • Tipos de productos según el punto de venta. • Atributos y características de los productos y servicios. • Características del producto según el ciclo de vida del producto. • Formas de presentación del producto: envases y embalajes. • Condiciones de utilización, precio y comparaciones. • Marca. • Publicidad. • El argumentario de ventas. • El argumentario del fabricante y selección de argumentos de venta. 	

	Crea tu tienda online: Técnicas de venta	150 horas
	Cuestionario de autoevaluación UA1	0,5
	Actividad de evaluación UA1	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	39
UA2	<p>Aplicación de técnicas de venta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación y demostración del producto o servicio. • Tipos de presentación del producto. • Diferencias entre productos y servicios. • Demostración ante un gran número de clientes. • Argumentación comercial. • Preparación del argumentario. • Tipos y formas de argumentos. • Tipos y formas de objeciones. • Técnicas para la refutación de objeciones y persuasión a la compra. • Ventas cruzadas. • Técnicas de comunicación aplicadas a la venta. • Aptitudes del comunicador efectivo: asertividad, persuasión, empatía e inteligencia emocional. • Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial. • La comunicación no verbal: la transmisión de información a través del comportamiento y el cuerpo. • Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo: manos, mirada, posición, espacio entre interlocutores. • Técnicas de comunicación no presenciales. • La expresión oral. • La expresión oral: la lexicología. • Aspectos a tener en cuenta por un vendedor en la comunicación no verbal. • Medios de comunicación no presenciales. • Recursos y medios de comunicación no presencial. • Técnicas de comunicación no presencial: la sonrisa telefónica. • La comunicación comercial escrita: cartas y documentación comercial escrita. • Proceso de elaboración de la carta comercial. • Tipos de cartas comerciales. • El informe. • Memorandum. • Instancias. • Instancias: tratamientos y modelos. • Oficio: estructura y utilidad. • Oficio: tipos y transcripción. 	37,5

Crea tu tienda online: Técnicas de venta		150 horas
	Cuestionario de autoevaluación UA2	0,5
	Actividad de evaluación UA2	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	39
UA3	<p>Fidelización de clientes. Resolución de conflictos y reclamaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confianza y las relaciones comerciales. • Fidelización de clientes: conceptos y ventajas. • Relaciones con el cliente y la calidad del servicio: clientes prescriptores. • Servicio post-venta. • Marketing relacional. • Estrategias de fidelización. • Externalización de las relaciones con clientes: Telemarketing. • Aplicación de gestión de relaciones con el cliente (CRM). • Componentes y propósito de la gestión de relaciones con el cliente (CRM). • Conflictos y reclamaciones en la venta. • Quejas y reclamaciones. • Concepto, motivos y pasos de una queja. • Hoja de reclamaciones. • Datos que contienen las hojas de reclamaciones. • Gestión de quejas y reclamaciones. • Gestión de quejas y reclamaciones. Designación de una unidad de gestión de quejas y sugerencias. • Gestión de quejas y reclamaciones. Preparación de la unidad de quejas y sugerencias. • Gestión de quejas y reclamaciones. Comunicación interna. • Gestión de quejas y reclamaciones. Procedimiento de gestión de quejas y sugerencias. • Gestión de quejas y reclamaciones. Seguimiento de la gestión de quejas y sugerencias. • Normativa de protección al consumidor. • Normativa de protección al consumidor. Libro segundo. • Normativa de protección al consumidor. Libro tercero y cuarto. 	34,5
	Cuestionario de autoevaluación UA3	0,5
	Actividad de evaluación UA3	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	36
	Examen de evaluación final	1