# Técnicas de ventas y atención al cliente

## Técnicas de ventas y atención al cliente

**Duración:** 60 horas

**Precio:** consultar euros.

**Modalidad:** e-learning

### Objetivos:

El cliente, lo más importante". Sin duda, un buen slogan 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…Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado. 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, la comunicación, el contacto, la presentación…hasta cómo superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta.

### Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.


© icaformación2025

## Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

## Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2025

## Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

## Programa del curso:

Atención al cliente

1 Qué significa Servicio al Cliente

1.1 Las motivaciones empresariales

1.2 La empresa orientada hacia el cliente

1.3 Coste de un mal servicio al cliente

1.4 Significados de Servicio al Cliente

1.5 Cuestionario: Qué se entiende por servicio al cliente

2 Tipos de clientes

2.1 El cliente en la cadena de abastecimiento


© icaformación2025

2.2 El cliente interno

2.3 Organizaciones sin clientes

2.4 Cuestionario: Tipos de clientes

3 Tipos de servicios

3.1 Definición de servicio

3.2 El servicio al cliente

3.3 Las actividades del servicio al cliente

3.4 El servicio al cliente y la calidad

3.5 El cliente y el consumidor

3.6 Empresas que dan servicio al cliente

3.7 Ideas para reflexionar - Servicio al Cliente

3.8 Cuestionario: Tipos de servicios

4 Fases del servicio al cliente

4.1 Fases

4.2 Investigación de mercado

4.3 La situación de pre-pedido

4.4 La compra y el pedido

4.5 El período de tiempo entre el pedido y la entrega



© icaformación2025

4.6 Embalaje y presentación

4.7 Exactitud, compleción y adecuación de las entregas

4.8 Realización de cobros

4.9 Servicio o apoyo posventa

4.10 Tratamiento de las reclamaciones

4.11 Ideas para reflexionar - Fases del servicio al cliente

4.12 Cuestionario: Fases del servicio al cliente

5 Fallos en la atención al cliente

5.1 Atención directa

5.2 Actitudes sociales

5.3 El argumento sexista

5.4 Otros factores

5.5 Fallos de la Dirección

5.6 Falta de formación

5.7 Ausencia de una estructura de personal

5.8 Problemas en las relaciones empresariales

5.9 Estructura empresarial - monopolios

5.10 Ideas para reflexionar - Fallos en la atención al cliente

5.11 Cuestionario: Fallos en la atención al cliente



© icaformación2025

6 Cara a cara. Servir con una sonrisa

6.1 Introducción. Problemas de la atención directa

6.2 El respeto como norma

6.3 Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara

6.4 Cuándo y cómo empezar

6.5 Cómo actuar

6.6 Ofrecer información y ayuda

6.7 Ideas para reflexionar - La atención directa

6.8 Cuestionario: Cara a cara. Servir con una sonrisa

7 Cara a cara. El cliente difícil

7.1 Introducción. Diversidad de clientes

7.2 Tenemos los clientes que nos merecemos

7.3 El cliente aparentemente difícil

7.4 El rechazo visceral

7.5 El cliente verdaderamente difícil

7.6 Problemas de carácter permanente

7.7 La relación imposible

7.8 Ideas para reflexionar - El cliente difícil



© icaformación2025

7.9 Cuestionario: Cara a cara. El cliente difícil

8 La carta

8.1 Los efectos de la tecnología

8.2 Algunas pautas

8.3 Cómo contestar

8.4 Cuidar las formas

8.5 Cuidar el lenguaje

8.6 Rigurosidad

8.7 Finalizar la carta. Firma y envío

8.8 Ideas para reflexionar - La carta

8.9 Cuestionario: La carta

8.10 Cuestionario: Cuestionario final Atención al cliente

Técnicas de ventas

1 Organización del entorno comercial

1.1 Estructura del entorno comercial

1.2 Macroentorno

1.3 Microentorno



© icaformación2025

1.4 Comercio al por menor

1.5 Comercio al por mayor

1.6 Agentes

1.7 Fórmulas y formatos comerciales

1.8 Evolución y tendencias de la comercialización

1.9 Estructura y proceso comercial de la empresa

1.10 Posicionamiento e imagen de marca del producto

1.11 Normativa general sobre comercio

1.12 Derechos del consumidor

2 Gestión de la venta profesional

2.1 El vendedor profesional

2.2 Clases de vendedor

2.3 Los conocimientos del vendedor

2.4 Motivación y destreza

2.5 Organización del trabajo del vendedor profesional

2.6 Manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

2.7 Planificación

3 Documentación propia de la venta de productos y servicios



© icaformación2025

3.1 Documentos comerciales

3.2 Documentos de pago

3.3 Documentos propios de la compra-venta

3.4 Normativa y usos habituales

3.5 Elaboración de la documentación

3.6 Aplicaciones informáticas

4 Cálculo y aplicaciones propias de la venta

4.1 Operativa básica de cálculo aplicado a la empresa

4.2 Cálculo de PVP

4.3 Precio mínimo de venta

4.4 Precio competitivo

4.5 Estimación de costes de la actividad comercial

4.6 El IVA

4.7 Impuestos especiales

4.8 Cálculos de descuentos y recargos comerciales

4.9 Descuentos

4.10 Recargos comerciales

4.11 Cálculo de rentabilidad y margen comercial

4.12 Cálculo de comisiones comerciales



© icaformación2025

4.13 Cálculo de cuotas y pagos aplazados

4.14 Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos

4.15 Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta

4.16 Cuestionario: Cuestionario repaso tema 1 al 4

5 Procesos de ventas

5.1 Tipos de ventas

5.2 Fases del proceso de venta

5.3 La entrevista

5.4 Preparación a la venta

5.5 Sondeo

5.6 Aproximación al cliente

5.7 Análisis del producto-servicio

5.8 Argumentario de ventas

6 Aplicación de técnicas de ventas

6.1 Presentación y demostración del producto-servicio

6.2 Demostraciones ante un gran número de clientes

6.3 Argumentación comercial

6.4 Técnica para la refutación de objetivos



© icaformación2025

6.5 Técnicas de persuasión a la compra

6.6 Ventas cruzadas

6.7 Técnicas de comunicación aplicadas a la venta

6.8 Técnicas de comunicación no presenciales

7 Seguimiento y fidelización de clientes

7.1 La confianza y las relaciones comerciales

7.2 Estrategias de fidelización

7.3 Externalización de las relaciones con cliente Telemarketing

7.4 Aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes

8 Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta

8.1 Conflictos y reclamaciones en la venta

8.2 Gestión de quejas y reclamaciones

8.3 Resolución de reclamaciones

8.4 Cuestionario: Cuestionario repaso del tema 5 al 8

9 Internet como canal de venta

9.1 Las relaciones comerciales a través de internet

9.2 Utilidades de los sistemas online



© icaformación2025

9.3 Modelos de comercio a través de internet

9.4 Servidores online

10 Diseño comercial de página Web

10.1 El internauta como cliente potencial y real

10.2 Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas Web

10.3 Tiendas virtuales

10.4 Medios de pago en internet

10.5 Conflictos y reclamaciones de clientes

10.6 Aplicaciones para el diseño de páginas Web comerciales

10.7 Cuestionario: Cuestionario repaso tema 9 y 10

10.8 Cuestionario: Cuestionario final



© icaformación2025