Operaciones de venta

Operaciones de venta

Duración: 60 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

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:

Organización de procesos de venta. 1 Organización del entorno comercial 1.1 Estructura del entorno comercial 1.2 Macroentorno 1.3 Microentorno 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 1.13 Actividades: organización del entorno comercial 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 2.8 Actividades: gestión de la venta profesional 3 Documentación propia de la venta de productos y servicios 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 3.7 Actividades: documentación propia de la venta de productos y servicios 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 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 Actividades: cálculo y aplicaciones propias de la venta 4.17 Cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 1 Técnicas de venta 1 Procesos de ventas 1.1 Tipos de ventas 1.2 Fases del proceso de venta 1.3 La entrevista 1.4 Preparación a la venta 1.5 Sondeo 1.6 Aproximación al cliente 1.7 Análisis del producto-servicio 1.8 Argumentario de ventas 1.9 Actividades: procesos de ventas 2 Aplicación de técnicas de ventas 2.1 Presentación y demostración del producto-servicio 2.2 Demostraciones ante un gran número de clientes 2.3 Argumentación comercial 2.4 Técnica para la refutación de objetivos 2.5 Técnicas de persuasión a la compra 2.6 Ventas cruzadas 2.7 Técnicas de comunicación aplicadas a la venta 2.8 Técnicas de comunicación no presenciales 2.9 Actividades: aplicación de técnicas de ventas 3 Seguimiento y fidelización de clientes 3.1 La confianza y las relaciones comerciales 3.2 Estrategias de fidelización 3.3 Externalización de las relaciones con cliente telemarketing 3.4 Aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes 3.5 Actividades: seguimiento y fidelización de clientes 4 Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta 4.1 Conflictos y reclamaciones en la venta 4.2 Gestión de quejas y reclamaciones 4.3 Resolución de reclamaciones 4.4 Actividades: resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta 4.5 Cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 2 Venta online 1 Internet como canal de venta 1.1 Las relaciones comerciales a través de internet 1.2 Utilidades de los sistemas online 1.3 Modelos de comercio a través de internet 1.4 Servidores online 1.5 Actividades:

© icaformación2025

internet como canal de venta 2 Diseño comercial de página web 2.1 El internauta como cliente potencial y real 2.2 Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web 2.3 Tiendas virtuales 2.4 Medios de pago en internet 2.5 Conflictos y reclamaciones de clientes 2.6 Aplicaciones para el diseño de páginas web comerciales 2.7 Actividades: diseño comercial de página web 2.8 Cuestionario: cuestionario módulo 1 uni

© icaformación2025