

# Técnicas de ventas para dependiente de comercio

## Técnicas de ventas para dependiente de comercio

**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.



© icaformación2026

## 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.





© icaformación2026

**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:**

## OBJETIVOS DEL CURSO

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. Este curso permite adquirir los conocimientos necesarios para el buen desempeño de un oficio. Se exponen conocimientos generales de la materia, al igual que trata de forma específica, de conceptos imprescindibles para una buena conclusión de trabajos en el mundo laboral. Este curso, pretende consolidar y mejorar los conocimientos sobre el oficio concreto.

## INDICE

**Técnicas de ventas**

**1 Organización del entorno comercial**

1.1 Estructura del entorno comercial

1.2 Macroentorno



© icaformación2026

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 comercializacion

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**

3.1 Documentos comerciales



© icaformación2026

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

4.13 Cálculo de cuotas y pagos aplazados

4.14 Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos



© icaformación2026

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

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


© icaformación2026

**7 Seguimiento y fidelización de clientes**

7.1 La confianza y las relaciones comerciales

7.2 Estrategias de fidelización

7.3 Externalizacion 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 traves de internet

9.2 Utilidades de los sistemas online

9.3 Modelos de comercio a traves de internet

9.4 Servidores online

**10 Diseño comercial de pagina 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



© icaformación2026

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

**Dependiente de comercio**

**1 La comunicación**

1.1 Introducción

1.2 La comunicación

1.3 El proceso de comunicación

1.4 La comunicación en la venta

1.5 Cuestionario: La comunicación

**2 La comunicación oral y no verbal**

2.1 La comunicación oral

2.2 Características principales de la comunicación oral

2.3 Normas para la comunicación oral efectiva

2.4 Reglas para hablar bien en público

2.5 Reglas para hablar por teléfono

2.6 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo

2.7 Caso práctico Tema 2

2.8 Cuestionario: La comunicación oral y no verbal



© icaformación2026

**3 La comunicación escrita**

3.1 La comunicación escrita

3.2 Normas para una buena comunicación escrita

3.3 Confección de una carta comercial

3.4 Tipos de cartas comerciales

3.5 Medios empresariales más usados en las comunicaciones

3.6 Caso práctico Tema 3

3.7 Cuestionario: La comunicación escrita

**4 El producto como elemento de la venta**

4.1 Introducción

4.2 Cualidades de los productos

4.3 Importancia del conocimiento del producto

4.4 Clasificación de los productos

4.5 Ciclo de vida del producto

4.6 Caso práctico Tema 4

4.7 Cuestionario: El producto como elemento de la venta

**5 El nuevo vendedor profesional**

5.1 Introducción

5.2 Clases de vendedores

5.3 Los conocimientos del vendedor



© icaformación2026

5.4 Motivación y destreza

5.5 Análisis del perfil del vendedor

5.6 El panel del vendedor

5.7 Cuestionario: El nuevo vendedor profesional

**6 La venta y el marketing**

6.1 Introducción

6.2 El proceso de decisión de compra

6.3 El consumidor como sujeto de la venta

6.4 El comportamiento del consumidor

6.5 Necesidades y motivaciones de compra

6.6 Análisis de los diferentes tipos de clientes

6.7 Cuestionario: La venta y el marketing

**7 Técnicas de venta**

7.1 Introducción

7.2 La entrevista

7.3 Contacto y presentación

7.4 Sondeo

7.5 Argumentación

7.6 La entrevista

7.7 Material de apoyo



© icaformación2026

7.8 Las objeciones

7.9 Tratamiento de las objeciones

7.10 El cierre de la venta

7.11 Cuestionario: Técnicas de venta

**8 Introducción a la gestión de stocks**

8.1 Conceptos básicos de aprovisionamiento stocks

8.2 Definición y aspectos básicos del stock

8.3 Nivel de servicio y coste de ruptura del stock

8.4 El stock de seguridad

8.5 Cuestionario: Introducción a la gestión de stocks

**9 Características y habitos del consumidor habitual**

9.1 Introducción

9.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial

9.3 Tipos de compras

9.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor

9.5 Cuestionario: Características y hábitos del consumidor habitual

**10 La fachada del punto de venta**

10.1 Introducción

10.2 La fachada

10.3 El escaparate



© icaformación2026

10.4 Señalización exterior

10.5 Cuestionario: La fachada del punto de venta

**11 El espacio de venta**

11.1 Introducción

11.2 Definición de las secciones

11.3 Las zonas en la sala de ventas

11.4 Localización de las secciones

11.5 La elección del mobiliario

11.6 Cuestionario: El espacio de venta

11.7 Cuestionario: Cuestionario final



© icaformación2026