

Psicología y técnicas de venta

Psicología y técnicas de venta

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

· El objetivo de este curso es adquirir nociones de psicología y técnicas permitiendo dominar los recursos de venta. Analizar qué reacciones impulsan a las personas a comprar un producto o servicio y cómo presentar nuestra oferta para coincidir con las necesidades del cliente haciendo que se sienta seguro y satisfecho con su decisión. Identificará el proceso psicológico de la venta y de la personalidad del posible comprador con habilidades y técnicas que permiten crear una atmósfera de persuasión, así como identificar los roles del vendedor, cliente, producto y la comunicación durante el desarrollo de la venta, desde el primer contacto hasta el cierre.

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:

TEMA 1. El Mercado

Concepto de Mercado

Definiciones y Conceptos Relacionados

División del Mercado

Mercados de Bienes de Consumo

Mercados de Bienes Industriales

Mercados de Servicio

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 2. Fases del Mercado

© icaformación2026

Ciclo de Vida del Producto I

Ciclo de Vida del Producto II

El Precio y Ciclo de Vida del Producto

El Precio y la Elasticidad de la Demanda

Ley de Oferta y la Demanda

Comercio y Mercado

Marketing

La Marca

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 3. Tipos de Mercados según la Demanda

Estudios de Mercados

Ámbitos de Aplicación del Estudio de Mercados

Tipos de Diseño de la Investigación de los Mercados

La Segmentación de los Mercados

Tipos de Mercados según la Demanda

© icaformación2026

Tipos de Mercados según el Tipo de Cliente

Tipos de Mercados según el Tipo de Recursos

Posicionamiento

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuesto Práctico

TEMA 4. El Consumidor

El Consumidor y sus Necesidades

La Psicología: Mercado y Consumidor

La Decisión de hacer la Compra. Las Necesidades

Las Motivaciones I

Las Motivaciones II. Los Deseos

Tipos de Consumidores

Tipos de Compras: por Impulso, Racional y Sugerida

Factores Personales de Influencia en la Conducta del Consumidor

Modelos de Comportamiento del Consumidor

Variables Ambientales Externas que Inciden en la Conducta

© icaformación2026

Determinantes Individuales de la Conducta

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 5. El Proceso de Compra

Proceso de Decisión del Comprador

Distintos Roles en el Proceso de Compra

Complejidad en el Proceso de Compra

Tipos de Compra

Compra Racional

La Compra por Impulsos (No Planificada)

Tipos de Compras por Impulsos

Otros Tipos de Compras por Impulsos

Compra Patológica / Compulsiva

Diferencias entre Compra por Impulso y Compulsiva

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

© icaformación2026

TEMA 6. El Punto de Venta

El Punto de Venta

Acción sobre el Ambiente

Clientes que Visitan el Punto de Venta

El Merchandising Exterior

Tipos de Compras y Colocación

Diseño Interior

Situación de las Secciones del Punto de Venta

Zonas y Puntos de Venta Fríos y Calientes

Animación en el Punto de Venta

Derechos del Cliente-Consumidor

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuesto Práctico

TEMA 7. Venta y Psicología Aplicada

La Venta

El Vendedor

Perfil Básico del Vendedor

© icaformación2026

Cualidades del Vendedor

Tipos de Vendedores I

Tipos de Vendedores II

Habilidades y Técnicas del Vendedor I

Habilidades y Técnicas del Vendedor II

Técnicas de Ventas I

Técnicas de Ventas II

Nociones de Psicología Aplicada a la Venta

Consejos Prácticos para Mejorar la Comunicación

Actitud y Comunicación No Verbal

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuesto Práctico

MÓDULO 2: Psicología y Técnicas de Venta 2ª Parte

TEMA 8. Motivaciones Profesionales y Comunicación

Motivación y Comportamiento

Teorías de la Motivación

Proceso de la Motivación

© icaformación2026

La Motivación en el Entorno Laboral

La Satisfacción en el Trabajo

Otras Técnicas de Motivación

La Remuneración Comercial

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 9. Medios de Comunicación

El Proceso de Comunicación

La Estructura del Mensaje

Fuentes de Información

El Lenguaje Corporal I

El Lenguaje Corporal II

La Sonrisa. Nuestra Imagen

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

© icaformación2026

TEMA 10. Evaluación de Sí Mismo. Técnicas de la Personalidad

Inteligencias Múltiples I

Inteligencias Múltiples II

Inteligencia Emocional

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Autoestima I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Autoestima II

Técnica de Afirmación de la Personalidad. El Autorespeto I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. El Autorespeto II

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Asertividad I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Asertividad II

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 11. La Venta y su Desarrollo. Información e Investigación sobre el Cliente

Metodología que Debe Seguir el Vendedor

El Precontacto. La Organización

El Precontacto. Preparación de la Entrevista I

El Precontacto. Preparación de la Entrevista II

© icaformación2026

Ejemplo de una Preparación en la Información e Investigación

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

TEMA 12. La Venta y su Desarrollo. El Contacto

La Presentación

Cómo Captar la Atención

Formas de Captar la Atención. El Saludo

Formas de Captar la Atención. Despertar el Interés

La Argumentación

Las Contra Objeciones

La Demostración

La Negociación

Tipos de Negociaciones

Lo que hemos aprendido

© icaformación2026

Test

Actividades

TEMA 13. El Cierre de la Venta. La Postventa

Estrategias para Cerrar la Venta

Clases de Clientes y Cómo Tratarlos

Los Clientes Difíciles

Técnicas y Tipos de Cierre

Técnicas de Cierre para Clientes Difíciles

Cómo Ofrecer un Excelente Servicio de Post-Venta

Lo que hemos aprendido

Test

Actividades

Supuesto Práctico

© icaformación2026