



# Técnicas de Venta Personal

## Guía Didáctica

### Índice

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Primeros pasos para acceder a tu curso ..... | 2  |
| Ficha Técnica .....                          | 3  |
| Financiación de la Formación Programada ...  | 3  |
| Requerimientos .....                         | 4  |
| Destinatarios .....                          | 5  |
| Objetivos .....                              | 5  |
| Estructura del curso .....                   | 7  |
| Canales oficiales de comunicación .....      | 9  |
| Otros canales de comunicación .....          | 10 |
| Contenidos .....                             | 11 |



## Primeros pasos para acceder a tu curso

¡Hola!

Soy Pedro Collado, vuestro tutor. A continuación expondremos en pocas líneas los conceptos necesarios para acceder a vuestro curso en la modalidad de teleformación por primera vez:

- Inicialmente es necesario que entréis en vuestro navegador (Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Internet Explorer, etc).
- A continuación, es deberéis poner en vuestra barra de navegación: **el.nubemania.com** y pulsar la tecla de "intro" o "retorno de carro".
- Aparecerá la plataforma de enseñanza que os pedirá vuestro username (nombre de usuario) y password (contraseña). **En el nombre de usuario deberéis introducir vuestro NIF o NIE sin letras, en la contraseña: EL2553**
- En el centro de la pantalla podréis ver los cursos a los que tenéis acceso (Junto a la acción formativa en la que estáis matriculados habrá otra denominada "Introducción a la plataforma" que os servirá para tener un primer acercamiento a este sistema de enseñanza.
- En la parte derecha de la pantalla aparecerán varios menús, el principal (NAVEGACIÓN) os permitirá ir en cualquier momento y desde cualquier sitio a cada uno de vuestros cursos seleccionando el submenú "Mis cursos"

Para cualquier aclaración os podéis dirigir a vuestro tutor.

Recordad que **debéis acceder a la plataforma lo antes posible para iniciar el curso.**

No dudéis en llamarnos para cualquier aclaración que necesitéis. Esperamos que todo transcurra con normalidad y que el curso sea del máximo provecho para todos vosotros.



## Ficha Técnica

Tutor: Pedro Collado  
Email: pcollado@eliforma.com  
Tlfno.: 953 222 666

En el siguiente enlace está disponible el Curriculum Vitae del monitor:  
<http://www.el.nubemania.com/pc/>

Acción Formativa: 10001 - Técnicas de Venta Personal  
Grupo: 1

Modalidad: Teleformación

Horas de Tutoría: 56

Fecha de Inicio .....: 20/12/2016  
Fecha de Finalización ...: 31/12/2016 (\*)

Días: De lunes a domingo  
Horario: De 07:00 a 12:00 (\*\*)

## Financiación de la Formación Programada

Mediante bonificaciones en las cotizaciones empresariales a la Seguridad Social, que no tendrán carácter subvencional. Desde el primer día del ejercicio presupuestario, las empresas dispondrán de un crédito de formación, que podrán hacer efectivo mediante las bonificaciones en las cotizaciones empresariales por formación a la Seguridad Social.

(\*) El día 25 no habrá tutoría

(\*\*) El primer día, la tutoría terminará a las 13:00



## Requerimientos

- Ordenador compatible PC o MAC
- Alguno de los Sistemas Operativos siguientes actualizado:
  - Microsoft Windows
  - Mac OS X
  - Linux
- Adobe Acrobat Reader
- Conexión a internet
- Alguno de los siguientes navegadores:
  - Google Chrome
  - Mozilla Firefox
  - Opera
  - Safari
  - Internet Explorer



## Destinatarios

- La acción formativa está dirigida a trabajadores por cuenta ajena de empresas privadas de cualquier tamaño y sector.

## Objetivos

### UNIDAD 1. LA VENTA Y LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

- ¿En qué consiste la venta?, ¿qué factores influyen en su éxito?, ¿cómo evitar las barreras de comunicación?, ¿qué agentes están implicados?
- ¿Qué es un Director de ventas? ¿Cuáles son sus funciones?

### UNIDAD 2. CUALIDADES DEL VENDEDOR

- Conocer las habilidades comunicativas -tanto verbales como no verbales- que debe desarrollar el vendedor para actuar eficazmente durante la venta, y que son imprescindibles para transmitir la oferta de manera eficaz, demostrar la superioridad de la misma con respecto a la competencia, generar confianza en el cliente, identificar sus intenciones de compra e influir en su decisión final.
- Ser consciente de la existencia de una serie de principios éticos y deontológicos que han de prevalecer sobre los fines puramente comerciales.

### UNIDAD 3. CONCERTACIÓN DE VISITAS COMERCIALES

- ¿Cómo contactar con el cliente?, ¿qué pasos se han de seguir para realizar la llamada?
- ¿Cómo expresarnos con corrección?, ¿qué estrategias utilizar?



### UNIDAD 4. DEMOSTRACIÓN

- Comprender las diferencias entre demostración y argumentación, así como las pautas que ha de seguir el vendedor para desarrollar ambos cometidos de manera eficaz.
- Controlar el lenguaje no verbal durante la demostración del producto ante el cliente: ¿qué postura adoptar?, ¿hacia dónde dirigir la mirada?, ¿cómo controlar los gestos involuntarios?.
- Saber en qué consiste la demostración de un producto o servicio e identificar en qué momento se desarrolla dentro del proceso de la venta personal.

### UNIDAD 5. CIERRE DE LA VENTA

- Actuar adecuadamente al despedirse del cliente, haya o no haya realizado finalmente la compra ya que puede significar bien la fidelización del cliente, o bien, una posible futura compra.
- Aprender a identificar las señales de lenguaje verbal y no verbal que emite el cliente para introducir el cierre de la venta en el momento más adecuado y para actuar de la manera más acorde a su actitud y su predisposición a comprar.
- Comprender la importancia que tiene la fase del cierre de la venta dentro del proceso de la venta personal y aplicar las distintas técnicas para llevarla a cabo con éxito.
- Conocer la actitud y conocimientos previos que debe tener un vendedor para ganarse la confianza del cliente y lograr el cierre de la venta.



## Estructura del curso

Cada unidad didáctica o tema tiene una estructura similar:

- **Información**
  - Número de intentos permitidos: Sin límite
  - Número de intentos realizados hasta el momento por el usuario o alumno
  - Calificación del último intento efectuado por el alumno
  - Método de calificación: Se informará de la mayor calificación obtenida en cualquiera de los intentos realizados por el alumno
  - Calificación informada: La mejor calificación obtenida en cualquiera de los intentos
- **Presentación**
  - Breve descripción de la unidad didáctica
- **Objetivos de la unidad**
  - Exposición de las pretensiones perseguidas con la unidad didáctica de que se trate
- **Contenidos**
  - Contenidos teóricos necesarios para comprender en su totalidad la unidad didáctica en cuestión
- **Actividades de la unidad**
  - Ejercicios con distintos formatos y metodologías orientados a sedimentar los conocimientos adquiridos en la unidad didáctica, así como dotar al alumno de las habilidades necesarias para resolver problemas relativos a los contenidos teóricos de dicha unidad didáctica
- **Propuestas de actividades complementarias**
  - En caso de necesidad, se indicará al alumno la forma de descargar localmente el material necesario para realizar actividades complementarias que servirán para profundizar o ampliar los temas relacionados en cada unidad didáctica.



- **Explicación enfatizada de términos**
  - En ocasiones, a lo largo de la unidad didáctica encontramos una serie de términos explicados de forma especial, debido a su importancia, aprovechando las capacidades multimedia del sistema de enseñanza que nos ocupa.
- **Descarga local de contenidos**
  - Cada vez que se finaliza una unidad didáctica, el sistema nos pregunta si deseamos descargar los contenidos teóricos localmente en nuestro ordenador en formato pdf. Si asentimos, a partir de este momento, el fichero lo tendremos disponible de forma indefinida, aún después de la finalización de la acción formativa y se podrá visualizar en su integridad mediante un programada adecuado, como es el adobe acrobat reader o similar, con las teclas características en los visualizadores de texto, a saber: cursores, avance y retroceso de página, etc.
- **Prueba objetiva**
  - Al finalizar el curso hay una prueba objetiva autoevaluable. En ella también se mostrará toda la información indicada en el apartado anterior (Nº de intentos, calificación y su método, etc.)

Es aconsejable seguir el orden secuencial de los temas debido a que en ocasiones, para comprender adecuadamente parte de la información tratada en una unidad didáctica determinada es conveniente y a veces necesario, haber adquirido previamente los conocimientos expuestos en unidades didácticas o temas anteriores.

Los alumnos que superen el curso según los criterios establecidos por la Administración Pública Competente en cada momento recibirán un certificado de participación.



## Canales oficiales de comunicación

La plataforma permite la comunicación multidireccional entre alumnos y tutor, alumnos y otros alumnos, de forma privada o pública mediante las siguientes herramientas comunicativas:

- **Correo electrónico**

Comunicación privada bidireccional asíncrona (el emisor y el receptor no se comunican en tiempo real) entre cualquiera de los sujetos (tutor, alumno). Semejante al resto de los sistemas de correo electrónico que todos conocemos.

- **Mensajería instantánea**

Ideal para enviar mensajes cortos a una o varias personas del grupo semejante al resto de los sistemas de correo electrónico que todos conocemos.

- **Chat**

Sala de comunicación pública multidireccional en tiempo real para el grupo en la que todos pueden ver las participaciones de los elementos del grupo. Es similar al conocido Whatsapp

- **Foro**

Permite una actividad en donde los profesores-tutores y alumnos intercambian ideas al publicar comentarios. Las publicaciones en los foros pueden ser calificadas por el tutor o por otros alumnos.



## Otros canales de comunicación

Para contactar con el tutor es necesario hacerlo mediante los canales que ofrece la plataforma informática, descritos con anterioridad (tales como el sistema de mensajería propia del sistema, los chats o los foros de debate). No obstante, si le es imposible hacerlo por alguna razón puede comunicar con nosotros llamando por teléfono al 953 222 666 en el horario y fechas de tutoría del curso, o a través del correo electrónico: [pcollado@eliforma.com](mailto:pcollado@eliforma.com).

Durante las fechas y horarios de tutoría del curso, el profesor tutor estará disponible mediante los canales de comunicación previstos. Es importante la interacción mediante dichos canales, tanto con el tutor como con el resto de los compañeros del grupo, ya que esta actividad suscita temas que de otra forma no serían considerados y al mismo tiempo nos permite a todos conocer otros puntos de vista y opiniones.



## Contenidos

### UNIDAD 1. LA VENTA Y LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

#### 1. CONCEPTO DE VENTA Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

- 1.1. La venta empresarial como actividad de marketing
- 1.2. Marketing operacional vs. Marketing estratégico
- 1.3. El Marketing Mix
- 1.4. La venta y el marketing unidos en la estrategia empresarial

#### 2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA EMPRESARIAL

- 2.1. La comunicación en la empresa
- 2.2. La comunicación externa empresarial
- 2.3. Objetivos de la Comunicación Publicitaria
- 2.4. Objetivos de comunicación de las Relaciones Públicas
- 2.5. Objetivos de comunicación de la Promoción de Ventas

#### 3. TIPOS DE VENTA

- 3.1. Introducción
- 3.2. Venta al detalle
- 3.3. Venta industrial

#### 4. LA VENTA COMO PROCESO

- 4.1. Introducción
- 4.2. Establecer una asociación con el cliente y generar confianza
- 4.3. Identificar las necesidades del consumidor
- 4.4. Seleccionar la ventaja competitiva
- 4.5. Comunicar la ventaja competitiva
- 4.6. Ofrecer servicios postventa



## 5. LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

### 5.1. Introducción

### 5.2. Elementos del proceso de comunicación

### 5.3. Barreras de la comunicación

## 6. EL DIRECTOR Y EL EQUIPO DE VENTAS

### 6.1. El director de ventas

### 6.2. El equipo de ventas

### 6.3. Tipos de trabajos en ventas

## UNIDAD 2. CUALIDADES DEL VENDEDOR

### 1. EL VENDEDOR COMO COMUNICADOR

#### 1.1. Introducción

#### 1.2. El lenguaje verbal

#### 1.3. El lenguaje no verbal

### 2. EL PERFIL DEL VENDEDOR

#### 2.1. Introducción

#### 2.2. Profesiograma

#### 2.3. Competencias del vendedor Ideal

### 3. ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y HONESTIDAD DEL VENDEDOR

#### 3.1. Ética y responsabilidad

#### 3.2. Honestidad

### 4. LAS FUNCIONES DEL VENDEDOR

#### 4.1. Las funciones del vendedor



## UNIDAD 3. CONCERTACIÓN DE VISITAS COMERCIALES

### 1. LA VENTA PERSONAL

- 1.1. Concepto de venta personal
- 1.2. Teorías de la venta
- 1.3. Fases de la venta personal

### 2. ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN EN LA VENTA

- 2.1. Organización del trabajo. Recomendaciones
- 2.2. Fases de la planificación
- 2.3. Fijación de objetivos

### 3. LA PROSPECCIÓN

- 3.1. Acciones
- 3.2. Tipos de clientes
- 3.3. Atención telefónica. Principios básicos

### 4. FUENTES DE INFORMACIÓN

- 4.1. Introducción
- 4.2. Fuentes internas
- 4.3. Fuentes externas

### 5. EL TELÉFONO

- 5.1. Aplicaciones del teléfono
- 5.2. Ventajas del uso del teléfono
- 5.3. Desventajas del uso del teléfono
- 5.4. Uso correcto del lenguaje. Recomendaciones
- 5.5. Cómo concertar una cita/entrevista/presentación de ventas



## 6. EL CORREO O "MAILING"

- 6.1. Introducción
- 6.2. Captar la atención y el interés
- 6.3. Antes de realizar el envío
- 6.4. Al finalizar la campaña

## UNIDAD 4. DEMOSTRACIÓN

### 1. LA ARGUMENTACIÓN

- 1.1. Tipos de argumentación
- 1.2. Recomendaciones para una buena argumentación

### 2. LA DEMOSTRACIÓN

- 2.1. Planificación de la demostración
- 2.2. El lenguaje corporal
- 2.3. Materiales de apoyo
- 2.4. Recomendaciones para una buena demostración

## UNIDAD 5. CIERRE DE LA VENTA

### 1. PROCESO LINEAL

- 1.1. Proceso lineal con altibajos

### 2. CONSIDERACIONES PREVIAS

- 2.1. Introducción
- 2.2. La actitud del vendedor
- 2.3. Planificación e investigación
- 2.4. Desarrollo de la venta antes del cierre



### 3. SIGNOS DE COMPRA

- 3.1. Introducción
- 3.2. Signos verbales
- 3.3. Signos no verbales

### 4. TÉCNICAS PARA EL CIERRE DE LA VENTA

- 4.1. Introducción
- 4.2. Técnicas
- 4.3. Punto muerto

### 5. LA DESPEDIDA

- 5.1. Cuando el cliente acepta la propuesta del vendedor
- 5.2. Cuando el cliente no acepta la oferta