



---

## FORMACIÓN EN VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE

---

### Objetivos:

- Diferenciar los diferentes tipos de clientes.
- Localizar y corregir los fallos.
- Saber cómo gestionar las reclamaciones.
- Conocer las diferentes técnicas de ventas.
- Crear valor añadido.

### Formato de la formación:

| PRESENCIAL                     | E-LEARNING                                 |
|--------------------------------|--|
| - Ventas y atención al cliente | - Técnicas de ventas y Atención al Cliente |
| Práctica                       | Teórica                                    |
| Específica                     | Genérica                                   |
| 6h                             |  |

### Índice Formación Teórica:

---

## Técnicas de ventas y Atención al Cliente

---

### Técnicas de ventas

#### 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
- 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
  - 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
  - 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

## 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
- 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

## **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

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

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

## 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
- 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