



CURSO GRATUITO

PSICOLOGÍA DE VENTAS EN PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Código **COMT075PO**

Acción Formativa Psicología de ventas en pequeños establecimientos comerciales

Familia Profesional Comercio y Marketing

Área Profesional Compraventa

Modalidad Teleformación

Horas 180

Objetivo general

Adquirir los conocimientos y habilidades para poder aplicar nociones de psicología durante el proceso de venta, abarcando y analizando aspectos como el comportamiento del vendedor y del comprador, técnicas de comunicación a emplear, métodos de venta, etc.

Información

Curso subvencionado dirigido a trabajadores ocupados o autónomos del sector “**Administración y gestión**” para mejorar su cualificación y competitividad. Para acceder al curso no se requiere ningún nivel de formación previo.

Certificado del curso

Titulación expedida por el Servicio Público de Empleo Estatal - SEPE

Contenidos

1. **COMPORTAMIENTOS DE COMPRA Y VENTA.**
 - 1.1. El papel del vendedor.
 - 1.2. La figura del comprador.
2. **NOCIONES DE PSICOLOGÍA APLICADA A LA VENTA.**
 - 2.1. Teoría del análisis transaccional.
 - 2.2. La acción sobre el otro.
 - 2.3. Estudio de la motivación.
 - 2.4. La relación comprador - vendedor: relación interpersonal.
3. **LA COMUNICACIÓN.**
 - 3.1. Nociones básicas.
 - 3.2. Elementos de la comunicación.
 - 3.3. El proceso de la comunicación.
 - 3.4. Dificultades en la comunicación.
 - 3.5. Funciones del mensaje.
 - 3.6. Niveles de la comunicación.
 - 3.7. Actitudes y técnicas que favorecen la comunicación.
 - 3.8. Tipos de comunicación.
 - 3.9. Tipos de entrevistas y reuniones.
4. **TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN APLICABLES A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y COMERCIAL.**
 - 4.1. Las comunicaciones y la empresa.
 - 4.2. El lenguaje escrito.
 - 4.3. La comunicación oral.
 - 4.4. Normas de comunicación telefónica.
 - 4.5. La comunicación escrita.
5. **METODOLOGÍA DE CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS.**
 - 5.1. La situación del producto en el mercado.
 - 5.2. La fabricación del producto.
 - 5.3. La imagen del producto.

- 5.4. La vida del producto.
- 5.5. Argumentos de venta: selección y adaptación a las diferentes categorías de clientes.

6. METODOLOGÍA DE CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES.

- 6.1. Clientela actual.
- 6.2. Estudios cuantitativos: análisis de ventas por zonas geográficas.
- 6.3. Estudios cualitativos: motivaciones de compra.
- 6.4. Clientela potencial.

7. MÉTODOS DE VENTA.

- 7.1. Introducción.
- 7.2. Ventas en punto de venta: tienda, almacén y merchandising.
- 7.3. Ventas en ferias, exposiciones y salones.
- 7.4. Ventas de productos de consumo inmediato y de consumo duradero.

8. LA VENTA Y LA NEGOCIACIÓN.

- 8.1. Preparación de la visita.
- 8.2. Etapas de la venta y de la negociación comercial.
- 8.3. Seguimiento de la venta.

9. MARCO JURÍDICO DE LA VENTA Y NORMATIVA COMUNITARIA.

- 9.1. El contrato de compraventa. Responsabilidad contractual en materia de distribución.
- 9.2. Disposiciones de protección del comprador.
- 9.3. Disposiciones relativas a la competencia: reglamentación en materia de precios, acuerdos y prácticas discriminatorias