

COMT0107

Psicología de Ventas en pequeños establecimientos comerciales

Mejorar la interacción y efectividad en el proceso de venta mediante el análisis de roles y comportamientos, la aplicación de principios psicológicos, técnicas de comunicación y estrategias de venta personalizadas.





Psicología de Ventas en pequeños establecimientos comerciales

Mejorar la interacción y efectividad en el proceso de venta mediante el análisis de roles y comportamientos, la aplicación de principios psicológicos, técnicas de comunicación y estrategias de venta personalizadas.



DURACIÓN

180 horas



MODALIDAD

**Teleformación y
Aula Virtual**



PRECIO

Gratis



TITULACIÓN

Oficial

Titulación: al finalizar su especialidad formativa, obtendrá un Diploma Oficial.

Requisitos

Para poder acceder a nuestros cursos gratuitos deberás ser persona trabajadora, autónoma o desempleada (plazas muy limitadas). Las personas participantes de los programas de formación deberán pertenecer a las empresas del sector o sectores siguientes:

- Comercio.
- Delegaciones comerciales del Ente Público empresarial Loterías y Apuestas del Estado.
- Promoción, degustación, merchandising y distribución de muestras.
- Administración de Loterías.

Además, podrán acceder a nuestros cursos las personas trabajadoras ocupadas que se encuentren en alguna de las siguientes situaciones: fijos discontinuos en los períodos de no ocupación; personas afectadas por expedientes de regulación de empleo (ERE/ERTE).

Las personas trabajadoras en situación de desempleo (plazas muy limitadas), deberán estar inscritas como demandantes de empleo en los Servicios Públicos de Empleo al inicio del curso.

Resultado aprendizaje

1. ROLES Y COMPORTAMIENTOS EN LA COMPRAVENTA

- 1.1. Descripción e interpretación del papel de la persona comercial
- 1.2. Descripción e interpretación de la figura de la persona compradora
- 1.3. Análisis y explicación del proceso de compra y venta
- 1.4. Identificación y análisis de los factores psicológicos en la venta
- 1.5. Diseño de técnicas de observación y análisis

2. PSICOLOGÍA APLICADA A LA VENTA

- 2.1. Conceptualización y análisis de la Teoría del Análisis Transaccional
- 2.2. Interpretación de la acción sobre el otro
- 2.3. Explicación y aplicación del estudio de la motivación
- 2.4. Descripción y análisis de la relación comprador-vendedor
- 2.5. Interpretación y aplicación de la psicología del precio

3. COMUNICACIÓN EFECTIVA EN EL PROCESO DE COMPRAVENTA

- 3.1. Descripción de nociones básicas de comunicación
- 3.2. Identificación e interpretación de los principales elementos de la comunicación
- 3.3. Explicitación y análisis del proceso de la comunicación
- 3.4. Identificación de las dificultades en la comunicación y estrategias para superarlas
- 3.5. Análisis y diseño de técnicas de comunicación efectiva

4. TÉCNICAS DE VENTA

- 4.1. Análisis y diseño de técnicas de venta en tienda

4.2. Análisis y diseño de técnicas de venta en ferias y exposiciones

4.3. Análisis y diseño de técnicas de venta de productos de consumo inmediato

4.4. Análisis y diseño de técnicas de venta de productos de consumo duradero

4.5. Análisis y diseño de técnicas de venta online

5. COMPRENSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y DE LA CLIENTELA EN LA ESTRATEGIA DE VENTA

5.1. Análisis y conocimiento del producto

5.2. Análisis y conocimiento del mercado

5.3. Análisis y conocimiento del/la cliente/a

5.4. Descripción y aplicación de estudios cuantitativos y cualitativos

5.5. Análisis, definición y adaptación de la estrategia de venta

6. MARCO JURÍDICO Y NORMATIVA COMUNITARIA EN EL PROCESO DE VENTA

6.1. Descripción y análisis del contrato de compraventa

6.2. Delimitación y aplicación de la responsabilidad contractual

6.3. Análisis de la normativa de protección de la persona compradora

6.4. Análisis y aplicación de la reglamentación en materia de precios

6.5. Descripción y análisis de la Normativa Comunitaria aplicable a la venta