

## TECNICAS DE VENTAS EN LIBRERIAS Y PAPELERIAS



**Dirigido a:**

**Objetivos:**

“No se vende más el mejor producto o servicio, sino el que mejor se sabe vender”. Esta máxima, en el mundo de la venta, es simplemente una realidad. Por un pequeño error se puede escapar una venta, de ahí la importancia de conocer las técnicas que dentro del marketing se dirigen a conseguir cerrar una venta. Este curso eminentemente práctico, nos descubre todos los aspectos que un profesional de la venta debe dominar desde la planificación, comunicación, el contacto, la presentación, etc., hasta como superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta. “El cliente es lo más importante”. Sin duda, un buen eslogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero “del dicho al hecho...” ¿Se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en este curso que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones, etc. Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado.

**Contenidos formativos:**

### ÍNDICE

- 1 La comunicación
  - 1.1 Introducción
  - 1.2 Naturaleza y definición
  - 1.3 Tipos de comunicación
  - 1.4 Elementos del proceso de la comunicación
  - 1.5 El proceso de comunicación
  - 1.6 Problemas de comunicación
  - 1.7 Personalidades de los actores de la comunicación
  - 1.8 Interacción de caracteres
  - 1.9 Comportamientos
  - 1.10 Las comunicaciones en una librería
  - 1.11 La comunicación en la Venta
  - 1.12 Ejercicio de reflexión
  - 1.13 Cuestionario: La Comunicación

## 2 La comunicación oral y no verbal

- 2.1 La comunicación oral
- 2.2 Características principales de la comunicación oral
- 2.3 Normas para la comunicación oral efectiva
- 2.4 Reglas para hablar bien en público
- 2.5 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- 2.6 Ejercicio de reflexión
- 2.7 Cuestionario: La Comunicación oral y no verbal

## 3 Qué significa atención al cliente

- 3.1 Las motivaciones empresariales
- 3.2 La empresa orientada hacia el cliente
- 3.3 Coste de un mal servicio al cliente
- 3.4 Significados de servicio al cliente
- 3.5 Ejercicio de reflexión
- 3.6 Cuestionario: Qué significa servicio al cliente

## 4 Tipos de servicios

- 4.1 Definición de servicio
- 4.4 El servicio al cliente y la calidad
- 4.5 El cliente y el consumidor
- 4.6 Empresas que dan servicio al cliente
- 4.7 Ejercicio de reflexión
- 4.8 Cuestionario: Tipos de Servicio

## 5 Fases del servicio al cliente

- 5.1 Fases
- 5.2 Investigación de mercado
- 5.3 La situación de pre-pedido o pre-compra
- 5.4 La compra y el pedido
- 5.5 El periodo de tiempo entre el pedido y la entrega
- 5.6 Embalaje y presentación
- 5.7 Exactitud y adecuación de las entregas
- 5.8 Realización de cobros
- 5.9 Servicio o apoyo posventa
- 5.10 Tratamiento de las reclamaciones
- 5.11 Ejercicio de reflexión
- 5.12 Cuestionario: Fases del servicio al cliente

## 6 El producto

- 6.1 Concepto de producto
- 6.2 Cualidades de los productos
- 6.3 Importancia del conocimiento del producto

- 6.4 Clasificación de los productos
- 6.5 Ciclo de vida del producto
- 6.6 Reposicionamiento del producto
- 6.7 Obsolescencia planificada
- 6.8 Estacionalidad
- 6.9 Productos diferenciados y productos de competencia perfecta
- 6.10 Producto puro y producto añadido
- 6.11 Competencia directa y producto sustitutivo
- 6.12 La importancia de la marca
- 6.13 Gama y línea de producto
- 6.14 Una librería como producto
- 6.15 Ejercicio de reflexión
- 6.16 Cuestionario: El producto

## 7 El perfil del vendedor

- 7.1 Introducción
- 7.2 Personalidad del vendedor
- 7.3 Clases de vendedores
- 7.4 Los conocimientos del vendedor
- 7.5 Motivación y destreza
- 7.6 Análisis del perfil del vendedor
- 7.7 El papel del vendedor
- 7.8 Ejercicio de reflexión
- 7.9 Cuestionario: El perfil del vendedor

## 8 Errores más frecuentes de los vendedores

- 8.1 No dejar hablar al cliente
- 8.2 Relajar su indumentaria
- 8.3 Revender
- 8.4 Hablar mal de la competencia
- 8.5 Prometer más de lo que podemos prometer
- 8.6 Hablar con imprecisión
- 8.7 Forzar el cierre
- 8.8 No realizar seguimientos
- 8.9 Ejercicio de reflexión
- 8.10 Cuestionario: Errores más frecuentes de los vendedores

## 9 Tipos de clientes

- 9.1 El cliente en la cadena de abastecimiento
- 9.2 El cliente interno
- 9.3 Organizaciones sin clientes
- 9.4 Tipologías de los clientes
- 9.5 Ejercicio de reflexión

## 9.6 Cuestionario: Tipos de clientes

### 10 Cara a cara con el cliente

#### 10.1 Introducción

#### 10.2 El respeto como norma

#### 10.3 Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara

#### 10.4 Cuándo y cómo empezar

#### 10.5 Cómo actuar

#### 10.6 Ofrecer información y ayuda

#### 10.7 Ejercicio de reflexión

#### 10.8 Cuestionario: Cara a cara con el cliente

### 11 El cliente difícil

#### 11.1 Introducción

#### 11.2 Tenemos los clientes que nos merecemos

#### 11.3 El cliente aparentemente visceral

#### 11.4 El rechazo visceral

#### 11.5 El cliente verdaderamente difícil

#### 11.6 Problemas de carácter permanente

#### 11.7 La relación imposible

#### 11.8 Ejercicio de reflexión

#### 11.9 Cuestionario: El cliente difícil

### 12 Motivaciones del cliente para comprar I

#### 12.1 Introducción

#### 12.2 La fachada

#### 12.3 El escaparate

#### 12.4 Señalización exterior

#### 12.5 Ejercicio de reflexión

#### 12.6 Cuestionario: Motivaciones del cliente para comprar I

### 13 Motivaciones del cliente para comprar II

#### 13.1 Introducción

#### 13.2 Definición de las secciones

#### 13.3 Las zonas en la sala de ventas

#### 13.4 Localización de las secciones

#### 13.5 La elección del mobiliario

#### 13.6 Ejercicio de reflexión

#### 13.7 Cuestionario: Motivaciones del cliente para comprar II.

### 14 La venta como proceso

#### 14.1 Introducción

#### 14.2 El proceso de compra-venta

14.3 El consumidor como sujeto de la venta

14.4 El comportamiento del consumidor

14.5 Motivaciones de compra-venta

14.6 Ejercicio de reflexión

14.7 Cuestionario: La venta como proceso

15 Características y hábitos del consumidor habitual

15.1 Introducción

15.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial

15.3 Tipos de compras

15.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor

15.5 Ejercicio de reflexión

15.6 Cuestionario: Principales instrumentos de conocimiento del consumidor

16 Tipología de la venta

16.1 Tipología según la pasividad - actividad

16.2 Tipología según la presión

16.3 Tipología según la implicación del producto

16.4 Tipología según el público y forma de venta

16.5 Ejercicio de reflexión

16.6 Cuestionario: Tipología de la venta

17 Técnicas de ventas

17.1 Introducción

17.2 Fases de la venta

17.3 Contacto y presentación

17.4 Sondeo

17.5 Argumentación

17.6 La entrevista

17.7 Material de apoyo

17.8 El cierre de la venta

17.9 El seguimiento

17.10 Ejercicio de reflexión

17.11 Cuestionario: Técnicas de venta

18 Promoción

18.1 Promoción

18.2 La publicidad

18.3 Tipos de soporte publicitario

18.4 Los efectos de la publicidad

18.5 Ejercicio de reflexión

18.6 Cuestionario: Promoción

## 19 Las objeciones

### 19.1 Introducción

### 19.2 Sentido de las objeciones

### 19.3 El vendedor y las objeciones

### 19.4 Tipos de objeciones

### 19.5 Tratamiento de las objeciones

### 19.6 Descripción de las objeciones

### 19.7 Ejercicio de reflexión

### 19.8 Cuestionario: Las objeciones

## 20 Técnicas frente a objeciones

### 20.1 Normas generales frente a las objeciones

### 20.2 Objeción-apoyo

### 20.3 Descubrir la verdadera objeción

### 20.4 Conformidad y contraataque

### 20.5 Prever la objeción

### 20.6 Retrasa la respuesta

### 20.7 Negación de la objeción

### 20.8 Admisión de la objeción

### 20.9 Ejercicio de reflexión

### 20.10 Cuestionario: Técnicas frente a objeciones

### 20.11 Cuestionario: Cuestionario final

**Duración:** 30 Horas

**Fecha Inicio:** -

**Fecha Fin:** -

**Horario:** -

**Lugar Impartición:** Consultar

**Precio:** 210,00€

**Descuentos:** PRECIO UNICO

**Tipo de Formación:** -

**Requisitos:** Consultar

**Calendario:** Estamos actualizando el contenido, perdona las molestias.

*\* Delfín Formación es una entidad inscrita y acreditada en el registro de Centros y Entidades de Formación Profesional para el Empleo de la Comunidad Valenciana.*

*\* Si tienes cualquier duda, por favor llámanos al 965 34 06 25 o envíanos un WhatsApp al 607 74 52 82, te responderemos lo más rápido posible.*