



DOCTOR OLÓRIZ 2, 1ªA
GRANADA 18012
tel. 900 44 22 44
fax 900 10 17 99
email info@grupo2000.es
web www.grupo2000.es



Psicología y técnicas de venta



Modalidad: Distancia

Duración: 80 h

MÓDULO 1: Psicología y Técnicas de Venta 1ª Parte

TEMA 1. El Mercado

Concepto de Mercado

Definiciones y Conceptos Relacionados

División del Mercado

Mercados de Bienes de Consumo

Mercados de Bienes Industriales

Mercados de Servicio

TEMA 2. Fases del Mercado

Ciclo de Vida del Producto I

Ciclo de Vida del Producto II

El Precio y Ciclo de Vida del Producto

El Precio y la Elasticidad de la Demanda

Ley de Oferta y la Demanda

Comercio y Mercado

Marketing

La Marca

TEMA 3. Tipos de Mercados según la Demanda

Estudios de Mercados

Ámbitos de Aplicación del Estudio de Mercados

Tipos de Diseño de la Investigación de los Mercados

La Segmentación de los Mercados

Tipos de Mercados según la Demanda

Tipos de Mercados según el Tipo de Cliente

Tipos de Mercados según el Tipo de Recursos

Posicionamiento

TEMA 4. El Consumidor

El Consumidor y sus Necesidades

La Psicología: Mercado y Consumidor

La Decisión de hacer la Compra. Las Necesidades

Las Motivaciones I
Las Motivaciones II. Los Deseos
Tipos de Consumidores
Tipos de Compras: por Impulso, Racional y Sugerida
Factores Personales de Influencia en la Conducta del Consumidor
Modelos de Comportamiento del Consumidor
Variables Ambientales Externas que Inciden en la Conducta
Determinantes Individuales de la Conducta

TEMA 5. El Proceso de Compra
Proceso de Decisión del Comprador
Distintos Roles en el Proceso de Compra
Complejidad en el Proceso de Compra
Tipos de Compra
Compra Racional
La Compra por Impulsos (No Planificada)
Tipos de Compras por Impulsos
Otros Tipos de Compras por Impulsos
Compra Patológica / Compulsiva
Diferencias entre Compra por Impulso y Compulsiva

TEMA 6. El Punto de Venta
El Punto de Venta
Acción sobre el Ambiente
Clientes que Visitan el Punto de Venta
El Merchandising Exterior
Tipos de Compras y Colocación
Diseño Interior
Situación de las Secciones del Punto de Venta
Zonas y Puntos de Venta Fríos y Calientes
Animación en el Punto de Venta
Derechos del Cliente-Consumidor

TEMA 7. Venta y Psicología Aplicada
La Venta
El Vendedor
Perfil Básico del Vendedor
Cualidades del Vendedor
Tipos de Vendedores I
Tipos de Vendedores II
Habilidades y Técnicas del Vendedor I
Habilidades y Técnicas del Vendedor II
Técnicas de Ventas I
Técnicas de Ventas II
Nociones de Psicología Aplicada a la Venta
Consejos Prácticos para Mejorar la Comunicación
Actitud y Comunicación No Verbal

MÓDULO 2: Psicología y Técnicas de
Venta 2ª Parte

TEMA 8. Motivaciones Profesionales y Comunicación

Motivación y Comportamiento

Teorías de la Motivación

Proceso de la Motivación

La Motivación en el Entorno Laboral

La Satisfacción en el Trabajo

Otras Técnicas de Motivación

La Remuneración Comercial

TEMA 9. Medios de Comunicación

El Proceso de Comunicación

La Estructura del Mensaje

Fuentes de Información

El Lenguaje Corporal I

El Lenguaje Corporal II

La Sonrisa. Nuestra Imagen

TEMA 10. Evaluación de Sí Mismo. Técnicas de la Personalidad

Inteligencias Múltiples I

Inteligencias Múltiples II

Inteligencia Emocional

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Autoestima I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Autoestima II

Técnica de Afirmación de la Personalidad. El Autorespeto I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. El Autorespeto II

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Asertividad I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Asertividad II

TEMA 11. La Venta y su Desarrollo. Información e Investigación
sobre el Cliente

Metodología que Debe Seguir el Vendedor

El Precontacto. La Organización

El Precontacto. Preparación de la Entrevista I

El Precontacto. Preparación de la Entrevista II

Ejemplo de una Preparación en la Información e Investigación

TEMA 12. La Venta y su Desarrollo. El Contacto

La Presentación

Cómo Captar la Atención

Formas de Captar la Atención. El Saludo

Formas de Captar la Atención. Despertar el Interés

La Argumentación

Las Contra Objeciones

La Demostración

La Negociación

Tipos de Negociaciones

TEMA 13. El Cierre de la Venta. La Postventa
Estrategias para Cerrar la Venta
Clases de Clientes y Cómo Tratarlos
Los Clientes Difíciles
Técnicas y Tipos de Cierre
Técnicas de Cierre para Clientes Difíciles
Cómo Ofrecer un Excelente Servicio de Post-Venta

Glosario
Bibliografía