

PSICOLOGÍA APLICADA A LAS VENTAS



Área: Gestión Integrada de Recursos Humanos - Certificado de Profesionalidad

Modalidad: Teleformación

Duración: 20 h

Precio: 150.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Identificar y reconocer los aspectos psicológicos fundamentales que condicionan la venta: en el cliente, en el vendedor y en el proceso de venta.

CONTENIDOS

1 Aspectos fundamentales de la venta 1.1 Fases del proceso de venta 1.2 El Marketing y el merchandising 1.3 El Marketing Mix - Las 4P del marketing 1.4 Las 7P del marketing 1.5 Las 4C del marketing 1.6 Las 4E del marketing 1.7 Diferencias entre marketing tradicional y marketing moderno 1.8 Marketing digital 1.9 El consumidor y el comprador 1.10 Detección de necesidades del consumidor 1.11 Segmentación de mercado y posicionamiento del producto 1.12 Hábitos y comportamiento del consumidor 1.13 Cuestionario: Aspectos fundamentales de la venta 2 Motivaciones aptitudes y conocimientos del vendedor 2.1 La motivación del vendedor 2.2 Análisis del perfil del vendedor 2.3 Cualidades y aptitudes para la venta 2.4 Actitudes personales 2.5 Los conocimientos del vendedor 2.6 Cómo influenciar en los demás 2.7 Cuestionario: Motivaciones, aptitudes y conocimientos del vendedor 3 Habilidades personales y sociales del vendedor 3.1 La comunicación 3.2 La asertividad 3.3 Técnicas de comunicación asertiva 3.4 Los conocimientos del vendedor 3.5 Cuestionario: Habilidades personales y sociales del vendedor 4 Psicología de la compra y psicología del cliente 4.1 Factores psicológicos de la compra 4.2 Psicología del cliente 4.3 Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión 4.4 Cuestionario: Psicología de la compra y psicología del cliente 5 Técnicas y procesos de venta 5.1 Teoría del Análisis Transaccional 5.2 Teorías y procesos de la motivación 5.3 La entrevista de ventas 5.4 Técnicas de cierre 5.5 Cuestionario: Técnicas y procesos de venta 6 Resolución de conflictos 6.1 Fidelización de clientes 6.2 Gestión de clientes 6.3 La posventa 6.4 Atención de quejas y reclamaciones 6.5 Resolución de reclamaciones 6.6 Mecanismos alternativos de resolución de conflictos 6.7 Resolución extrajudicial de reclamaciones y Juntas arbitrales de consumo 6.8 Cuestionario: Resolución de conflictos 6.9 Cuestionario: Cuestionario final

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El



departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.