

PROGRAMA FORMATIVO

TÉCNICAS DE VENTA EN TIENDAS DE ELECTRODOMÉSTICOS

Código: 5320

➤ **Modalidad: Distancia**

➤ **Duración: 80 horas**

➤ **Objetivos:**

- Conocer a fondo los diferentes tipos de técnicas más utilizadas hoy en día en el sector de los electrodomésticos con el objeto de vender, de forma que consigamos clientes satisfechos, no ya solo por los productos que han adquirido y su buena relación calidad-precio, sino sobre todo, por la atención de alta calidad, recibida por un personal formado y profesional, como forma más rentable de generar valor añadido en la mente del comprador.
- Conocer las diferentes técnicas existentes para conseguir comunicar de forma coherente con nuestra empresa, mediante la transmisión de un mensaje que deseamos, de forma que el cliente conozca en todo momento, de forma veraz y autenticada, los productos y servicios que le ofrece la empresa, con el fin último de conseguir una venta de mayor calidad, basada en la generación de altos niveles de confianza, que generen fidelidad en el cliente y beneficio para nuestra empresa.
- Diferenciar los distintos modos de presentar los productos en la tienda, de forma atractiva y sugerente para el cliente, de forma que éste vea el surtido de productos de forma fácil y atrayente, consiguiendo en primer lugar, la atracción del cliente hacia el punto de venta, y en segundo lugar, y una vez que ha llegado al entorno de venta, conseguir el efecto de una compra satisfactoria, agradable y que impulse a tener buenos recuerdos futuros, para generar la continuación de la permanencia en la mente en futuras ocasiones de compra.
- Tener conocimiento de los elementos técnicos y prácticos, con que conseguir tratar tanto las objeciones del cliente en lo referente a precios, calidad, servicios y garantías, como en los posibles casos de quejas y reclamaciones, en ambos aspectos, de forma totalmente profesional, y entendiendo estos elementos como casos de superación y que son inherentes al desarrollo de la profesión de vendedor en el sector, y que además sirven para la mejora del vendedor, y de la empresa en su conjunto.

➤ **Contenidos:**

Imagen de la empresa y atención al cliente

Análisis y determinación de cómo influye en la venta la imagen de la compañía y la imagen personal, determinando así mismo el impacto de ambos aspectos en el proceso de la venta, así como el papel de la comunicación en toda imagen pública.

PROGRAMA FORMATIVO

Habilidades comunicativas básicas en la atención al cliente y en la gestión comercial en el sector del electrodoméstico

Estudio de las fases de la comunicación con el cliente: toma de contacto, presentación, estrategias de sondeo, tipologías de preguntas, escucha activa y argumentación, con el objeto de conseguir la fidelidad y la satisfacción del cliente.

La organización y exposición del punto de venta

Análisis de los sistemas de colocación de productos, merchandising, la publicidad y las promociones, como elementos de aumento de la venta.

Principales objeciones de los clientes y técnicas para superarlas

Estudio del panel de productos y servicios de la empresa, así como del panel de objeciones a cada uno de ellos.

Determinación de sistemas óptimos de superación de objeciones.

Respuestas y ventajas e inconvenientes ante productos similares de la competencia.

Gestión eficaz de quejas y reclamaciones

Analizar el planteamiento previo de las quejas y reclamaciones de los clientes, su importancia, utilidad, escenario, procesos básicos, cómo y por qué se lleva a cabo.

Analizar y comprender las expectativas de los clientes, así como las técnicas más eficaces para reducir la hostilidad, así como aumentar el autocontrol mediante el proceso positivo de las emociones con el objeto de producir finalmente la rentabilidad de las quejas.