

# CURSO VENTA AL DETALLE

---

## Programa formativo

**Espacio IDEA**

Teléfono: +34 915485163

Correo electrónico: [contacto@espacioidea.eu](mailto:contacto@espacioidea.eu)

Sitio web: [www.espacioidea.eu](http://www.espacioidea.eu)

Todo producto o servicio ha de ser vendido.  
Y toda empresa o equipo de negocio necesita personas con capacidades.

<b>Duración</b>	30 y 31 de Mayo de 2024 - 4 h/día 9:30h-13:30h
<b>Modalidad</b>	Presencial C/ Costa Rica, 36 (Madrid)
<b>A quién va dirigido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quien se está iniciando en la profesión comercial y en el desarrollo de negocios.</li> </ul>
<b>Capacita para</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia y técnicas de ventas</li> <li>• Desarrollo de negocio</li> <li>• Gestión de relaciones con clientes</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que los participantes:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprendan los conceptos fundamentales del proceso de venta.</li> <li>2. Apliquen de manera práctica y sencilla los conocimientos adquiridos en ventas.</li> <li>3. Desarrollen habilidades iniciales de comunicación y persuasión efectivas, y de respuesta a objeciones comunes.</li> </ol> </li> </ul>

**PRECIO: 390 €/persona + IVA**

**Colabora: [ABETAS](#), distribuidor exclusivo para España del mejor material audiovisual relacionado con el programa del curso.**

## 1. Programa general

### Día 1

<b>Comunicación oral</b>	Exploración de los cuatro elementos críticos de una comunicación verbal eficaz.
<b>El arte de la comunicación</b>	Estrategias para mejorar la comunicación personal y evitar fallos comunes.
<b>La demostración comercial</b>	Técnicas para demostrar las ventajas de productos o servicios antes, durante y después de la venta.
<b>Atienda bien al cliente</b>	Importancia del servicio al cliente y cómo la actitud y el respeto influyen en la retención de clientes.
<b>Clientes difíciles</b>	Manejo de clientes complicados y aplicación de principios de psicología básica.
<b>Más clientes difíciles</b>	Continuación del manejo de clientes difíciles con enfoques específicos para distintos tipos de personalidades.

<b>Dos mentalidades</b>	Comprensión de las necesidades del cliente y cómo sondear efectivamente sus pensamientos.
-------------------------	---

## Día 2

<b>La unión de las mentes</b>	Técnicas para alinear los pensamientos del vendedor con los del cliente y mejorar la comunicación en ventas.
<b>Repaso y discusión interactiva</b>	Sesión interactiva para repasar los puntos clave del Día 1 y discutir aplicaciones prácticas.
<b>Simulación de ventas</b>	Ejercicios prácticos donde los participantes aplican lo aprendido en situaciones controladas de venta.
<b>Análisis de casos</b>	Estudio de casos reales donde se aplican las técnicas discutidas para resolver situaciones específicas de ventas y servicio al cliente.
<b>Evaluación y feedback</b>	Evaluación de las habilidades aprendidas con feedback directo y recomendaciones para mejorar.
<b>Cierre y recomendaciones finales</b>	Resumen del curso, entrega de materiales adicionales y consejos para la implementación continua de las estrategias aprendidas.

## 2. Principios y Métodos

### Principios rectores

1. Que el temario sea completo. Que, además, sea integral; es decir, potenciando el diverso abanico de habilidades necesarias.
2. Que se fomente un aprendizaje activo centrado en la generación de experiencias valiosas, permitiendo a los participantes aplicar lo aprendido en el mundo real.
3. Que se personalice el contenido, adaptándolo a las necesidades específicas de cada participante y asegurando su aplicabilidad en sus contextos profesionales individuales.
4. Desarrollado por *practitioners*, garantizando enseñanzas actuales y basadas en la realidad.
5. Con contenidos de máxima calidad y metodologías sólidas a la vanguardia de la pedagogía.
6. Que se valide el logro de resultados; es decir, se mida el grado de aprendizaje y la calidad de la formación.
7. Que se promueva activamente el desarrollo personal y profesional, sobre todo a través de la colaboración con bolsas de empleo.