



## DESCRIPCIÓN

El objetivo del curso es:

Identificar las diferentes técnicas necesarias para la venta en el comercio y la mejor manera de aplicarlas. También diferenciar los tipos de clientes que se puede encontrar, desarrollar sus propios planes comerciales, crear sus propias técnicas de persuasión, estudiar los aspectos psicológicos que motivan al consumidor en la compra, y hacer de un cliente ocasional, un posible cliente fijo.

## DIRIGIDO A

- Vendedores y Representantes de Ventas.
- Gerentes de Ventas y Equipos de Ventas.
- Profesionales de Marketing y Publicidad.
- Emprendedores y Dueños de Pequeñas Empresas.
- Personal de Atención al Cliente.
- Estudiantes de Carreras Relacionadas con Negocios y Ventas

## REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

**Requisitos de acceso:**

- No se establecen requisitos de acceso previos

**Requisitos para obtener la titulación:**

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones

### FICHA DEL CURSO



**Modalidad Elearning**

Duración: 35 h

Plazo máximo de realización: 28 días



**Titulación Otorgada**

Habilidades de venta



**Título emitido por**

**Intedya**  
International Dynamic Advisors



**Material Entregado**

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final



FICHA DEL CURSO



**Modalidad Elearning**

Duración: 35 h

Plazo máximo de realización: 28 días



**Titulación Otorgada**

Habilidades de venta



**Material Entregado**

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final



**Título emitido por**

**Intedya**  
International Dynamic Advisors

TEMARIO

- El entorno comercial
- Variables psicológicas del consumidor I. Psicología de las ventas
- Variables psicológicas del consumidor II. Motivaciones de compra de los clientes
- La compra, toma de decisiones del cliente
- El vendedor y la acción sobre el otro: persuadir y convencer
- La comunicación
- Generación de confianza
- Técnicas de argumentación
- La propuesta de valor
- Proceso de venta
- Merchandising y Marketing