



## **VENDEDORES TECNICOS, EN GENERAL**

**26401047**

*Marque con una X el período correspondiente:*

1º PERIODO FORMATIVO

### **Organización del entorno laboral**

Introducción

Estructura del entorno comercial

Fórmulas y formatos comerciales

Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial

Estructura y proceso comercial de la empresa

Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales

Normativa general sobre comercio

Derechos del consumidor

Resumen

### **Gestión de la venta profesional**

Introducción

El vendedor profesional

Organización del trabajo del vendedor profesional

Manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

Resumen

### **Documentación propia de la venta de productos y servicios**

Introducción

Documentos  
comerciales

Documentos propios de la compraventa

Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial

Elaboración de la documentación

Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

Resumen

### **Cálculo y aplicaciones propias de la venta**

Introducción

Operativa básica de cálculo aplicado a la empresa



Cálculo de PVP (Precio de Venta al Público)  
Estimación de costes de la actividad comercial  
Fiscalidad  
Cálculo de descuentos y recargos comerciales  
Cálculo de rentabilidad y margen comercial  
Cálculo de comisiones comerciales  
Cálculo de cuotas y pagos aplazados. Intereses  
Aplicaciones de control y seguimientos de pedidos, facturación, cuenta de clientes  
Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta  
Resumen

### **Procesos de venta**

Tipos de venta.  
Fases del proceso de venta.  
Preparación a la venta.  
Aproximación al cliente.  
Análisis del producto/servicio.  
El argumentario de ventas.

### **Aplicación de técnicas de venta**

Presentación y demostración del producto/servicio.  
Demostraciones ante un gran número de clientes.  
Argumentación comercial.  
Técnicas para la refutación de objeciones.  
Técnicas de persuasión a la compra.  
Ventas cruzadas.  
Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.  
Técnicas de comunicación no presenciales.

### **Seguimiento y fidelización de clientes**

La confianza y las relaciones comerciales.  
Estrategias de fidelización.  
Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.  
Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

### **Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta**

Conflictos y reclamaciones en la venta.  
Gestión de quejas y reclamaciones.  
Resolución de reclamaciones.



## ○ 2º PERIODO FORMATIVO

### **Internet como canal de venta**

Introducción

Las relaciones comerciales a través de Internet

Utilidades de los sistemas online

Modelos de comercio a través de internet

Servidores online

Resumen

### **Diseño comercial de páginas web**

Introducción

El internauta como cliente potencial y real

Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web

Tiendas virtuales

Medios de pago en Internet

Conflictos y reclamaciones de clientes

Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos

Resumen

## **GESTIÓN DE STOCKS E INVENTARIOS**

### **Características y conservación de los productos**

Introducción

Tipos y características de los productos

Condiciones de conservación de los productos

Cualidades básicas

Productos especiales. normativa aplicable

Embalaje y conservación

Resumen

### **Clasificación de los stocks: clasificación ABC**

Introducción

Clasificación de los artículos del almacén: clasificación abc

Rotación de productos: concepto

inventario

La pérdida desconocida: concepto y causas

Gestión del aprovisionamiento

Control de inventarios



Innovaciones tecnológicas  
Resumen

## **ALMACENAJE Y DISTRIBUCIÓN INTERNA DE PRODUCTOS**

### **El almacén: concepto y finalidad**

Introducción  
Principios básicos de organización del almacén: concepto y funciones  
Resumen

### **Proceso organizativo del almacenamiento de productos**

Introducción  
Sistemas de almacenaje  
Bloques apilados  
Sistema convencional  
Sistema compacto  
Sistema dinámico  
Resumen

### **Criterios de almacenaje**

Introducción  
Tipos de almacén  
Ubicación  
Apilamiento  
Ventajas e inconvenientes  
Resumen

### **Distribución interna y plano de almacén**

Introducción  
Distribución interna y plano de almacén  
Resumen

### **Seguridad y prevención de riesgos en el almacén**

Introducción  
Actuación en caso de accidentes  
Medidas de autoprotección  
Medidas de seguridad e higiene  
La protección de los trabajadores  
Recomendaciones en el almacén comercial: manual de seguridad



Resumen

## ○ 3º PERIODO FORMATIVO

### **Organización del punto de venta**

Introducción

Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales: la implantación de productos

Criterios de implantación del producto

Comportamiento del cliente en el punto de venta

Espacio comercial

Gestión del lineal

Distribución de familias de artículos en el lineal

Orden y limpieza en el punto de venta

Normas de seguridad e higiene en el punto de venta

Resumen

### **Animación básica en el punto de venta**

Introducción

Factores básicos de animación del punto de venta

Equipo y mobiliario comercial básico

Presencia visual de productos en el lineal

Calentamiento de zonas frías y calientes en el punto de venta

La publicidad en el lugar de la venta

Cartelística en el punto de venta

Máquinas expendedoras: vending

Resumen

### **Presentación y empaquetado de productos para la venta**

Introducción

Empaquetado comercial

Técnicas de empaquetado y embalado comercial

Utilización de materiales para el empaquetado

Colocación de adornos adecuados a cada campaña y tipo de producto

Plantillas y acabados

Resumen

### **Elaboración de informes comerciales sobre la venta**



Introducción  
Conceptos y finalidad de informes de ventas  
Estructura de un informe  
Elaboración de informes comerciales  
Resumen

### **Caja terminal de punto de venta**

Introducción  
Caja y equipos utilizados en el cobro y pago de operaciones de venta  
Sistemas tradicionales  
Elementos y características del tpv  
Apertura y cierre del TPV  
Scanner y lectura de la información del producto  
Funciones auxiliares del tpv  
Lenguajes comerciales: codificación de la mercancía, transmisión Electrónica de datos (sistemas edi u otros)  
Descuentos, promociones, vales en el tpv  
Utilización del tpv (terminal punto de venta)  
Resumen

### **Procedimientos del cobro y pago de las operaciones de venta**

Introducción  
Caracterización de los sistemas y medios de cobro y pago  
Los justificantes de pago  
Diferencias entre factura y recibo  
Devoluciones y vales  
Registro de operaciones de cobro y pago  
Arqueo de caja  
Recomendaciones de seguridad e higiene postural en el tpv  
Resumen

## **O 4º PERIODO FORMATIVO**

### **PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR**

#### **Concepto y características de la función de atención al cliente**

Introducción



Atención al cliente: concepto y funciones

Empresas fabricantes

Empresas distribuidoras

Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente

El defensor del cliente: pautas y tendencias

Resumen

## **Dependencia funcional del departamento de atención al cliente**

Introducción

Concepto de organización

Concepto de estructura organizativa

Organización funcional de la empresa: organigrama

Diferenciación y agrupación de actividades: departamentalización

Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas 56

Resumen

## **Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente**

Introducción

Naturaleza

Efectos

Normativa: productos y ámbitos regulados

Resumen

## **El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente**

Introducción

Marketing relacional

Relaciones con clientes

Canales de comunicación con el cliente

Obtención y recogida de información del cliente

Resumen

## **Variables que influyen en la atención al cliente**

Introducción

Posicionamiento e imagen

Relaciones públicas

Resumen

## **La información suministrada por el cliente**

Introducción



Naturaleza de la información  
Cuestionarios  
Análisis comparativo  
Satisfacción del cliente  
Averías  
Resumen

### **Documentación implicada en la atención al cliente**

Introducción  
Generalidades de la documentación implicada en la atención al cliente  
Servicio posventa e implicaciones en la fidelización  
Resumen

## **CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

### **Procesos de calidad en la empresa**

Introducción  
Concepto y origen de la calidad  
Evolución histórica del concepto de calidad  
Gestión de la calidad en la empresa  
Las normas ISO 9000  
El manual de calidad, los procedimientos y la documentación operativa  
Resumen

### **Concepto y características de la calidad de servicio**

Introducción  
La calidad y el servicio  
Objetivos  
Importancia de la calidad en el servicio  
Calidad y satisfacción del cliente  
Resumen

### **Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente**

Introducción  
Control de la calidad  
Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente  
Medidas correctoras  
Resumen





## **ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE**

### **Ordenación del comercio minorista**

Introducción

Contenido: la distribución comercial actual

Implicaciones en la atención a clientes

Resumen

### **Servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico**

Introducción

Contenido

Implicaciones

Resumen

### **Protección de datos**

Introducción

Normativa de protección de datos

¿A quién afecta la Ley Orgánica de Protección de Datos?

Contenido

Auditoría de protección de datos

Implicaciones en las relaciones con clientes

Resumen

### **Protección al consumidor**

Introducción

Ley general de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa nacional

Instituciones nacionales de consumo

Regulación autonómica y local de protección al consumidor

Vías oficiales de reclamación de los consumidores y usuarios

Resumen

## **GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR**

### **Información del cliente**

Introducción

Quejas y reclamaciones

Cuestionarios de satisfacción



Resumen

## **Archivo y registro de la información del cliente**

Introducción

Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo

Elaboración de ficheros

Resumen

## **Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa**

Introducción

La información y el profesional de la atención al cliente

Memoria y apuntes en la gestión de información

Las fuentes de información

El impacto de internet en la gestión de información

Resumen

## **Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario**

Introducción

Estructura y funciones de una base de datos

Tipos de bases de datos

Bases de datos documentales

Utilización de bases de datos

Resumen

## **Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes**

Introducción

La protección de datos. Normativa

Nivel de protección

Consecuencias del incumplimiento de la LOPD

Implicaciones en las relaciones con clientes

Resumen

## **Confección y presentación de informes**

Introducción

El informe

Estructura del informe

¿Cómo proceder? ¿Cómo elaborarlo?

Consideraciones de la presentación



Tipos de informe

Resumen

## **TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES**

### **Modelo de comunicación interpersonal**

Introducción

¿Qué es la comunicación?

Elementos: objetivos, sujetos y contenidos

Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo

Comunicación presencial y no presencial

Habilidades para una buena comunicación

Resumen

### **Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades**

Introducción

Niveles de la comunicación

Diferencias entre la comunicación con una persona y la comunicación con más de una persona

Roles en la comunicación con más de una persona

Direcciones de la comunicación

Resumen

### **Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial**

Introducción

Generalidades de las barreras de comunicación y sus soluciones

Categorías de barreras

Notas generales que ayudan a superar las barreras: calidad de la conversación

Resumen

### **Expresión verbal**

Introducción

El lenguaje

Calidad de la información

Funciones del lenguaje

Formas de presentación

Expresión oral: dicción y entonación

Resumen

### **Comunicación no verbal**



Introducción  
La comunicación no verbal  
La kinesia. Comunicación corporal  
La paralingüística  
La proxémica  
Indumentaria  
Resumen

### **Empatía y asertividad**

Introducción  
Empatía y asertividad: principios básicos  
Empatía  
Asertividad  
Escucha activa  
Resumen

### **Comunicación no presencial**

Introducción  
Características y tipología  
Elementos y fases de una conversación telefónica  
Barreras y dificultades: modelos de comunicación telefónica  
Expresión verbal a través del teléfono  
Comunicación no verbal: la sonrisa telefónica  
Reglas de la comunicación telefónica  
Actitudes positivas y negativas en el trato telefónico  
El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: el lenguaje positivo  
Resumen

### **La comunicación escrita**

Introducción  
La carta  
El fax  
Correo electrónico  
Mensajería instantánea  
Internet/ Intranet  
Resumen



## O 5º PERIODO FORMATIVO

### **BLOQUE 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS**

#### **Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes**

Exposiciones.

Reuniones.

Habilidades sociales.

#### **Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor**

Saludos.

Presentaciones.

Fórmulas de cortesía habituales.

#### **Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita**

Comunicación oral.

Comunicación escrita.

Barreras de la comunicación.

#### **Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores**

Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de los clientes.

#### **Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad**

Simulación vía e-mail de una queja o reclamación.

Simulación vía teléfono de una queja o reclamación.

Simulación vía presencial de una queja o reclamación.

### **BLOQUE 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS**

#### **Presentación de productos/servicios**

Características de productos/servicios.

Condiciones de pago.

Servicios postventa.

#### **Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los**



### **clientes/consumidores**

Variedades o tipos de necesidades.

Fuentes y técnicas para el estudio del cliente y detección de necesidades.

### **Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta**

Instrucciones de uso.

Precio.

Descuentos.

Recargos.

Fórmulas de expresión y comparación.

### **Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor**

Qué hacer cuando un cliente plantea una objeción.

Tipos de objeciones.

Cómo superar las objeciones.

### **Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica**

Conocer al cliente y el producto/servicio.

Fórmulas habituales en el argumentario de venta.

Objeciones más comunes.

### **Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes**

Presentación de productos/servicios.

Campaña de marketing.

Relación proveedor/cliente.

Negociación y acuerdo.

## **BLOQUE 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS**

### **Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica**

Pedidos.

Facturas.

Recibos.

Hojas de reclamación.

### **Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés**

Hojas de pedido.

Facturas.

Ofertas.



Reclamaciones.

### **Redacción de correspondencia comercial**

Ofertas y presentación de productos por correspondencia.

Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones.

Respuesta a las reclamaciones.

Solicitud de prórroga y sus respuestas.

Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga.

### **Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés**

Acta.

Circular.

Memorando.

### **Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés**

Informes.

Presentaciones comerciales.

### **Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta**

Estructuras sintácticas en la comunicación comercial en Internet.

Tipos de comercio electrónico.

Ventajas y desventajas del comercio electrónico.

### **Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes**

Internet.

Fax.

Correo electrónico.

Carta.

**\* CONTENIDOS DEL CD:**



## **Operativa de la preparación de pedidos**

Introducción

Características y necesidad de la preparación de pedidos en distintos tipos de empresas y actividades

Consideraciones básicas para la preparación del pedido

Documentación básica en la preparación de pedidos

Registro y calidad de la preparación de pedidos

Resumen

## **Sistemas y equipos en la preparación de pedidos**

Introducción

Equipos de pesajes, manipulación y preparación de pedidos

Métodos habituales de preparación de pedidos

Sistemas de pesaje y optimización del pedido

Consideración de técnicas y factores de carga y estiba en las unidades de pedido

Pesaje, colocación y visibilidad de la mercancía en la preparación de distintos tipos de pedidos

Resumen

## **Envases y embalajes**

Introducción

Presentación y embalado del pedido para su transporte o entrega

Tipos de embalaje secundario

Otros elementos de embalaje

Medios y procedimientos de envasado y embalaje

Operaciones de embalado manual y mecánico

Control de calidad: visibilidad y legibilidad del pedido y/o mercancía

Uso eficaz y eficiente de los embalajes: reducir, reciclar y reutilizar

Resumen

## **Seguridad y prevención de accidentes y riesgos laborales en la**





## **manipulación y preparación de pedidos**

Introducción

Fundamentos de la prevención de riesgos e higiene postural en la preparación de pedidos

Recomendaciones básicas en la manipulación manual de cargas y exposición a posturas forzadas

Interpretación de la simbología básica en la presentación y manipulación de productos/mercancías

Resumen

## **O 6º PERIODO FORMATIVO**

### **Estructura y tipos de establecimientos comerciales**

Introducción

Concepto y funciones

Características y diferencias

Tipos de superficies comerciales

Resumen

### **Organización y distribución de productos**

Introducción

Zonas frías y calientes

Diseño

Resumen

### **Técnicas de animación del punto de venta**

Introducción

Técnicas físicas de equipamiento

Técnicas psicológicas

Técnicas de estímulo

Técnicas personales

Resumen

### **Mobiliario y elementos expositivos**

Introducción

Tipología y funcionalidad

Características

Elección

Ubicación



Manipulado y montaje

Resumen

### **Colocación de productos**

Introducción

Funciones

Lineales. Fronteo

Niveles de exposición

Necesidades y criterios

Etiquetado

Identificación de productos. Interpretación de datos

Acondicionamiento de lineales, estanterías y expositores

Rentabilidad de la actividad comercial

Resumen

### **Técnicas de empaquetado comercial de productos**

Introducción

Tipos y finalidad de empaquetados

Técnicas de empaquetado

Características de los materiales

Utilización y optimización de materiales

Colocación de adornos adecuados a cada campaña y tipo de producto

Plantillas y acabados

Requisitos del puesto de trabajo

Gestión de residuos

Resumen

### **Prevención de accidentes y riesgos laborales en las operaciones auxiliares en el punto de venta**

Introducción

Prevención en actividades de organización, reposición, acondicionamiento y limpieza del punto de venta

Higiene postural

Prevención aplicable a operaciones de montaje y elementos expositores

Accidentes por caídas

Uso de escaleras

Golpes en estanterías

Riesgos eléctricos

Puertas

Otros

Normas de manipulación de productos e higiene postural



Equipos de protección individual

Resumen

## **Técnicas de comunicación con clientes**

Introducción

Procesos de información y comunicación con clientes

Barreras en la comunicación con el cliente

Puntos fuertes y débiles en el proceso de comunicación

Elementos del proceso de comunicación efectiva

La escucha activa

Consecuencias de una comunicación no efectiva

Resumen

## **Técnicas de atención básica a clientes**

Introducción

Tipología de clientes

Comunicación verbal y no verbal

Pautas de comportamiento

Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo

Técnicas de asertividad

La atención telefónica

Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica

El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario

Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones

Documentación de las reclamaciones e información que deben contener

Resumen

## **La calidad de servicio en la atención al cliente**

Introducción

Concepto y origen de la calidad

La gestión de la calidad en las empresas comerciales

El control y el aseguramiento de la calidad

La retroalimentación del sistema

La satisfacción del cliente

La motivación personal y la excelencia empresarial

La reorganización según criterios de calidad

Las Normas ISO 9000

Resumen