

En este curso se realizará el módulo VI del trayecto "Vendedor".

Vendedor

Requisitos:

- Ser mayor a 18 años o tener 16 años cumplidos y estar cursando la escuela secundaria.
- Primaria o EGB Terminado.

Perfil: El Vendedor está capacitado para vender productos y servicios en tiempo y forma, de acuerdo a los requerimientos del cliente, teniendo en cuenta los procedimientos de la empresa y aplicando las medidas de seguridad y cuidado del medio ambiente.

Está en condiciones de:

- Recepcionar y atender al cliente, contemplando sus necesidades de compra, ejecutando reglas de cortesía y controlando el tiempo de atención de acuerdo a los procedimientos pautados por la empresa.
- Ejecutar la venta considerando los requerimientos del cliente y de acuerdo a los procedimientos de la empresa.
- Mantener agendas.
- Operar bases de datos.
- Operar una venta a través de los medios de comunicación disponibles en la actualidad, empleando eficazmente los servicios provistos sobre plataforma de Internet.

Contenidos

Módulo I: Sistemas Informáticos

- Sistemas Operativos.
- Hardware y Software.
- Mantenimiento y seguridad.

Módulo II: Herramientas de Indagación digital.

- Comunicaciones: Internet e intranet.
- Navegadores: Búsqueda y validación de la información.

Módulo III: Relaciones laborales y orientación profesional

- Derecho del trabajo y relaciones laborales.
- Orientación profesional y formativa.

Módulo IV: Organización previa de tareas y acciones de preventa

Bloque: Organización previa de tareas

- El espacio de trabajo: El mostrador y sus elementos, el dispenser de números para turnos, el display electrónico de turnos, la vidriera y sus elementos.
- Distintas modalidades de exhibición de productos en el interior del local: Exhibidor, estanterías, góndolas, otros.
- El producto: Definición, pautas de cuidado generales, relativas a embalaje y presentación.
- Higiene del local.
- Normas de seguridad laboral.
- Normas de seguridad del local.

Bloque: Acciones de preventa

- Prospección: Definición e importancia.
- Identificación de clientes potenciales.
- Métodos de prospección.
- Información interna y externa.
- Directorios y base de datos.
- Mailing. Tele marketing. Internet.
- Detección en frío. Observación personal.
- Prospección individual y grupal.
- Plan de prospección.

Bloque: Análisis de Productos/Servicios

- Identificación de productos.
- Tipos, clasificación, atributos, especificaciones.
- Garantías.
- Empaque y etiquetado.
- Identificación de servicios.

Módulo V: Atención al público

- Concepto de venta.
- Concepto de vendedor
- El vendedor como mediador entre el cliente y el producto.
- Concepto de cliente: quién es, qué representa.
- Perfil del cliente.
- Fidelización.
- Comunicación - Lenguajes verbal y gestual.
- Técnicas de venta

Módulo VI: Ejecución de ventas

Bloque: Presentación de las condiciones de venta

- Productos: Calidad (durabilidad, resistencia, manufactura), garantías (duración, quién la provee), cuidados.
- Concepto de stock.
- Control de stock: Importancia y procedimientos.
- Software de gestión.

Bloque: Concertación de las condiciones de venta

- Formas de pago.
- Descuentos y recargos.
- Promociones y ofertas.
- El cierre de la venta.
- Moneda extranjera.
- Servicios de postventa (cambios, devoluciones y garantías).

Módulo VII: Herramientas para la venta digital

- Comercio Electrónico y tecnología:
 - Elementos fundamentales.
 - Oportunidades y retos.
 - Modalidades de Comercio Electrónico.
- Comercio Electrónico entre empresas: B2B
 - Intercambio electrónico entre empresas.
 - Modelos de negocio en el B2B.
 - Marketplaces.
 - B2B para Pymes.
- Comercio Electrónico de empresas a consumidor: B2C
 - Necesidades y beneficios del B2C.
 - Soluciones para el Comercio Electrónico B2C.
 - Tienda virtual.
 - Centro comercial virtual.
 - Informes diarios.
 - Mercado del B2C.
- Modelos de Negocio en el Comercio Electrónico:
 - Clasificación general de Modelos de Negocio en Internet.
 - Clasificación de los modelos de negocio de acuerdo con los participantes.
 - Servicios financieros y banca virtual.
- Organización de la información:
 - Sitios web.
 - Organizaciones temáticas.
 - Diagramas organizativos funcionales y de producto.
- Marketing en Internet:
 - Elementos de marketing en un sitio Web.
 - Características de la Publicidad en Internet.
 - Mecanismos de promoción de un sitio web.
 - Efectividad de la publicidad online.
 - La gestión de la relación con el cliente: CRM.
- Mecanismos de pago electrónico.