



**PROGRAMA FORMATIVO DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA
CIERRE DE VENTAS, VENTA COMPLEMENTARIA, VENTA CRUZADA
Y FIDELIZACION DE CLIENTES**

COMT014PO

PLANES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A TRABAJADORES OCUPADOS

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA:

CIERRE DE VENTAS, VENTA COMPLEMENTARIA, VENTA CRUZADA Y FIDELIZACION DE CLIENTES

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

1. Familia Profesional COMERCIO Y MARKETING

Área Profesional: COMPRAVENTA

2. Denominación: CIERRE DE VENTAS, VENTA COMPLEMENTARIA, VENTA CRUZADA Y FIDELIZACION DE CLIENTES

3. Código: **COMT014PO**

4. Objetivo General: Adquirir los conocimientos necesarios para mejorar el proceso de venta, y en concreto el cierre y detectar el grado de interés de los clientes. También, manejar los términos relacionados con la venta cruzada y complementaria, así como reconocer los beneficios que genera. Por último, identificar los elementos que hacen relevante la fidelización de los clientes y la calidad del servicio.

5. Número de participantes:

Máximo 25 participantes en modalidad presencial.

6. Duración:

Horas totales: 16

Modalidad: Presencial

Distribución de horas:

Presencial:..... 16

Teleformación:..... 0

7. Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento:

Contará con los m2 suficientes para albergar el equipamiento específico y la maquinaria necesaria para el desarrollo de la acción formativa

7.1 Espacio formativo:

AULA POLIVALENTE:

El aula contará con las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo de la acción formativa.

- Superficie: El aula deberá contar con un mínimo de 2m² por alumno. En caso de que el aula esté equipada con ordenadores, deberá contar con un mínimo de 3m² por alumno.
- Iluminación: luz natural y artificial que cumpla los niveles mínimos preceptivos.
- Ventilación: Climatización apropiada.
- Acondicionamiento eléctrico de acuerdo a las Normas Electrotécnicas de Baja Tensión y otras normas de aplicación.
- Aseos y servicios higiénicos sanitarios en número adecuado.
- Condiciones higiénicas, acústicas y de habitabilidad y seguridad, exigidas por la legislación vigente.
- Adaptabilidad: en el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad dispondrá de las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar la participación en condiciones de igualdad.
- PRL: cumple con los requisitos exigidos en materia de prevención de riesgos laborales

Cada espacio estará equipado con mobiliario docente adecuado al número de alumnos, así mismo constará de las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo del curso.

7.2 Equipamientos:

- Equipo y material.
- Pizarras para escribir con rotulador.
- Equipos audiovisuales.
- Rotafolios.

- Material de aula.
- Mesa y silla para formador.
- Mesas y sillas para alumnos.
- PCs instalados en red, cañón de proyección. Internet. Un equipo por alumno.
- Software específico de la especialidad.
- Materiales específicos del curso.

Se entregará a los participantes los manuales y el material didáctico necesarios para el adecuado desarrollo de la acción formativa

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

8. Requisitos necesarios para el ejercicio profesional:

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si existen requisitos legales para el ejercicio de la profesión)

9. Requisitos oficiales de los centros:

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si para la impartición de la formación existe algún requisito de homologación / autorización del centro por parte de otra administración competente.

10. CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. ¿QUÉ ES LA FASE DE CIERRE DE VENTA?

1.1. ¿Qué perseguimos?

1.2. ¿Cómo actuar?

1.3. ¿Qué ocurre en esta fase de cierre de venta?

2. SEÑALES DE COMPRAR

2.1. Actitud del cliente.

2.2. Tipos de cierre.

3. EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERÉS DEL CLIENTE

4. ¿QUÉ ES LA VENTA CRUZADA Y COMPLEMENTARIA?

4.1. ¿Qué perseguimos?

4.2. ¿Cómo actuar?

4.3. Beneficio mutuo

5. ¿QUÉ ES LA FASE DE FIDELIZACIÓN EN EL PUNTO DE RECOGIDA Y POST-VENTA?

5.1. ¿Qué perseguimos?

5.2. ¿Cómo actúa?

6. LA CALIDAD DEL SERVICIO

6.1. La satisfacción del cliente.

6.2. La escalera de la lealtad.

6.3. Programas de fidelización.