

Unavia Formación S.L.
www.unaviaformacion.es
direccion@unaviaformacion.es
968208630



FORMACIÓN

Catálogo de Cursos



Curso de Formación - **TECNICAS DE VENTA EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS** Sector: HOSTELERIA

CONVOCATORIA ABIERTA. Si está interesado en este curso, por favor, consulte las fechas.

Modalidad: ONLINE

Duración: 30.00 horas

Objetivos:

Conocer las diferentes y más eficaces técnicas de venta que son empleadas en la actualidad.

Aprender a conocer al cliente, identificar sus necesidades y, en base a ello, aplicar las técnicas de venta que resulten más adecuadas para cada tipo de cliente.

Desarrollar las habilidades generales imprescindibles para alcanzar una relación exitosa con los clientes.

Conocer y dominar las principales habilidades comunicativas, las técnicas de negociación y las técnicas de persuasión para que el proceso de venta se desarrolle de forma óptima.

Trabajar todos aquellos elementos que mejoran la relación con el cliente.

Contenidos:

1 La comunicación

- 1.1 Introducción
- 1.2 Naturaleza y definición
- 1.3 Tipos de comunicación
- 1.4 Elementos del proceso de la comunicación
- 1.5 El proceso de comunicación
- 1.6 Problemas de comunicación
- 1.7 Personalidades de los actores de la comunicación
- 1.8 Interacción de caracteres
- 1.9 Comportamientos
- 1.10 Las comunicaciones en un restaurante
- 1.11 La comunicación en la venta
- 1.12 Ejercicio de reflexión
- 1.13 Cuestionario: la comunicación

2 La comunicación oral y no verbal

- 2.1 La comunicación oral
- 2.2 Características principales de la comunicación oral
- 2.3 Normas para la comunicación oral efectiva
- 2.4 Reglas para hablar bien en público
- 2.5 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- 2.6 Ejercicio de reflexión
- 2.7 Cuestionario: la comunicación oral y no verbal

3 Qué significa atención al cliente

- 3.1 Las motivaciones empresariales
- 3.2 La empresa orientada hacia el cliente
- 3.3 Coste de un mal servicio al cliente
- 3.4 Significados de servicio al cliente

- 3.5 Ejercicio de reflexión
- 3.6 Cuestionario: qué significa servicio al cliente

4 Tipos de servicios

- 4.1 Definición de servicio
- 4.2 El servicio al cliente
- 4.3 Las actividades del servicio al cliente
- 4.4 El servicio al cliente y la calidad
- 4.5 El cliente y el consumidor
- 4.6 Empresas que dan servicio al cliente
- 4.7 Ejercicio de reflexión
- 4.8 Cuestionario: tipos de servicio

5 Fases del servicio al cliente

- 5.1 Fases
- 5.2 Investigación de mercado
- 5.3 La situación de pre-pedido o pre-compra
- 5.4 La compra y el pedido
- 5.5 El periodo de tiempo entre el pedido y la entrega
- 5.6 Embalaje y presentación
- 5.7 Exactitud y adecuación de las entregas
- 5.8 Realización de cobros
- 5.9 Servicio o apoyo posventa
- 5.10 Tratamiento de las reclamaciones
- 5.11 Ejercicio de reflexión
- 5.12 Cuestionario: fases del servicio al cliente

6 El producto

- 6.1 Concepto de producto
- 6.2 Cualidades de los productos
- 6.3 Importancia del conocimiento del producto
- 6.4 Clasificación de los productos
- 6.5 Ciclo de vida del producto
- 6.6 Reposicionamiento del producto
- 6.7 Obsolescencia planificada
- 6.8 Estacionalidad
- 6.9 Productos diferenciados y productos de competencia perfecta
- 6.10 Producto puro y producto añadido
- 6.11 Competencia directa y producto sustitutivo
- 6.12 La importancia de la marca
- 6.13 Gama y línea de producto
- 6.14 Los restaurantes, bares, cafeterías y pastelerías como producto
- 6.15 Ejercicio de reflexión
- 6.16 Cuestionario: el producto

7 El perfil del vendedor

- 7.1 Introducción
- 7.2 Personalidad del vendedor
- 7.3 Clases de vendedores
- 7.4 Los conocimientos del vendedor
- 7.5 Motivación y destreza
- 7.6 Análisis del perfil del vendedor
- 7.7 El papel del vendedor
- 7.8 Ejercicio de reflexión
- 7.9 Cuestionario: el perfil del vendedor

8 Errores más frecuentes de los vendedores

- 8.1 No dejar hablar al cliente
- 8.2 Relajar su indumentaria
- 8.3 Revender
- 8.4 Hablar mal de la competencia
- 8.5 Prometer más de lo que podemos prometer
- 8.6 Hablar con imprecisión
- 8.7 Forzar el cierre
- 8.8 No realizar seguimientos
- 8.9 Ejercicio de reflexión
- 8.10 Cuestionario: errores más frecuentes de los vendedores

9 Tipos de clientes

- 9.1 El cliente en la cadena de abastecimiento
- 9.2 El cliente interno
- 9.3 Organizaciones sin clientes
- 9.4 Tipologías de los clientes
- 9.5 Ejercicio de reflexión
- 9.6 Cuestionario: tipos de clientes

10 Cara a cara con el cliente

- 10.1 Introducción
- 10.2 El respeto como norma
- 10.3 Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara
- 10.4 Cuándo y cómo empezar
- 10.5 Cómo actuar
- 10.6 Ofrecer información y ayuda
- 10.7 Ejercicio de reflexión
- 10.8 Cuestionario: cara a cara con el cliente

11 El cliente difícil

- 11.1 Introducción
- 11.2 Tenemos los clientes que nos merecemos
- 11.3 El cliente aparentemente visceral
- 11.4 El rechazo visceral
- 11.5 El cliente verdaderamente difícil
- 11.6 Problemas de carácter permanente
- 11.7 La relación imposible
- 11.8 Ejercicio de reflexión
- 11.9 Cuestionario: el cliente difícil

12 Motivaciones del cliente para comprar i

- 12.1 Introducción
- 12.2 La fachada
- 12.3 El escaparate
- 12.4 Señalización exterior
- 12.5 Ejercicio de reflexión
- 12.6 Cuestionario: motivaciones del cliente para comprar i

13 Motivaciones del cliente para comprar ii

- 13.1 Introducción
- 13.2 Definición de las secciones
- 13.3 Las zonas en la sala de ventas
- 13.4 Localización de las secciones
- 13.5 La elección del mobiliario
- 13.6 Ejercicio de reflexión
- 13.7 Cuestionario: motivaciones del cliente para comprar ii.

- 14 La venta como proceso
 - 14.1 Introducción
 - 14.2 El proceso de compra-venta
 - 14.3 El consumidor como sujeto de la venta
 - 14.4 El comportamiento del consumidor
 - 14.5 Motivaciones de compra-venta
 - 14.6 Ejercicio de reflexión
 - 14.7 Cuestionario: la venta como proceso
- 15 Características y hábitos del consumidor habitual
 - 15.1 Introducción
 - 15.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial
 - 15.3 Tipos de compras
 - 15.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor
 - 15.5 Ejercicio de reflexión
 - 15.6 Cuestionario: principales instrumentos de conocimiento del consumidor
- 16 Tipología de la venta
 - 16.1 Tipología según la pasividad - actividad
 - 16.2 Tipología según la presión
 - 16.3 Tipología según la implicación del producto
 - 16.4 Tipología según el público y forma de venta
 - 16.5 Ejercicio de reflexión
 - 16.6 Cuestionario: tipología de la venta
- 17 Técnicas de ventas
 - 17.1 Introducción
 - 17.2 Fases de la venta
 - 17.3 Contacto y presentación
 - 17.4 Sondeo
 - 17.5 Argumentación
 - 17.6 La entrevista
 - 17.7 Material de apoyo
 - 17.8 El cierre de la venta
 - 17.9 El seguimiento
 - 17.10 Ejercicio de reflexión
 - 17.11 Cuestionario: técnicas de venta
- 18 Promoción
 - 18.1 Promoción
 - 18.2 La publicidad
 - 18.3 Tipos de soporte publicitario
 - 18.4 Los efectos de la publicidad
 - 18.5 Ejercicio de reflexión
 - 18.6 Cuestionario: promoción
- 19 Las objeciones
 - 19.1 Introducción
 - 19.2 Sentido de las objeciones
 - 19.3 El vendedor y las objeciones
 - 19.4 Tipos de objeciones
 - 19.5 Tratamiento de las objeciones
 - 19.6 Descripción de las objeciones
 - 19.7 Ejercicio de reflexión
 - 19.8 Cuestionario: las objeciones
- 20 Técnicas frente a objeciones

- 20.1 Normas generales frente a las objeciones
- 20.2 Objeción-apoyo
- 20.3 Descubrir la verdadera objeción
- 20.4 Conformidad y contraataque
- 20.5 Prever la objeción
- 20.6 Retrase la respuesta
- 20.7 Negación de la objeción
- 20.8 Admisión de la objeción
- 20.9 Ejercicio de reflexión
- 20.10 Cuestionario: técnicas frente a objeciones
- 20.11 Cuestionario: cuestionario final