



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Curso de Vendedor de Coches: Especialista en
Técnicas de Venta de Automóviles + Titulación
Universitaria



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Curso de Vendedor de Coches: Especialista en Técnicas de Venta de Automóviles + Titulación

**DURACIÓN:**

450 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

260 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CRÉDITOS:**

6,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Curso de Vendedor de Coches: Especialista en Técnicas de Venta de Automóviles con 200 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Marketing y Ventas con 6 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que conste expido la presente **TITULACIÓN** en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO



La presente Titulación es propia de Educa Business School de la Universidad Pública de Granada. Se expide en virtud de la Ley Orgánica de Universidades de 2001 y de la Ley Orgánica de Universidades de 2007. El presente Título Propio es un título propio de la Universidad Pública de Granada. Educa Business School es una entidad sin ánimo de lucro que forma parte de la Universidad Pública de Granada. Educa Business School es una entidad sin ánimo de lucro que forma parte de la Universidad Pública de Granada. Educa Business School es una entidad sin ánimo de lucro que forma parte de la Universidad Pública de Granada. Educa Business School es una entidad sin ánimo de lucro que forma parte de la Universidad Pública de Granada.

Descripción

Este Curso de Vendedor de Coches: Especialista en Técnicas de Venta de Automóviles le ofrece una formación especializada en la materia. A la hora de tratar con clientes la relación entre el vendedor y el cliente resulta trascendental, de una buena relación y del entendimiento entre ambos se puede llegar a una situación óptima, es decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes, debido a la importancia dentro de este Curso de Vendedor de Coches: Especialista en Técnicas de Venta de Automóviles. Por otro lado, vivimos en una sociedad de consumo en la que se valoran cada uno de los valores añadidos que nos ofrecen tras un proceso de compra. Así, resulta imprescindible el conocimiento y la utilización de las técnicas de venta a la hora de presentar a los clientes los bienes y servicios que ofertamos.



Objetivos

- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.
- Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

A quién va dirigido

Este Curso de Vendedor de Coches: Especialista en Técnicas de Venta de Automóviles está dirigido a todos aquellos profesionales del sector de la planificación comercial, campañas de ventas o marketing promocional, concesionarios, etc.; estudiantes y/o cualquier persona interesada en formarse en dicha materia.

Para qué te prepara

Este Curso de Vendedor de Coches: Especialista en Técnicas de Venta de Automóviles le prepara para aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización; aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos; y aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

Salidas Laborales

Comercio y Marketing / Concesionarios / Venta de Coches

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Técnicas de Venta de Automóviles'
- Manual teórico 'Marketing y Ventas'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Marketing y Ventas'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Formas de Pago

- Contrareembolso

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



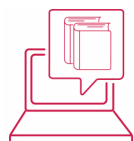
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. MARKETING Y VENTAS

MÓDULO 1. MARCO ESTRATÉGICO COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDICADORES MICROECONÓMICOS Y MACROECONÓMICOS PARA LA VENTA

1. Ley de la oferta y demanda
2. El precio y la elasticidad de la demanda
3. Indicadores económicos
4. Economía monetaria: Dinero e inflación
5. Crecimiento económico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general (PEST/EL)
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Amenaza de entrada de nuevos competidores
6. Amenaza de productos sustitutivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS

1. Los distintos enfoques de ventas
2. Venta tradicional
3. Venta consultora
4. Venta estratégica
5. Venta asociativa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las organizaciones
2. El mercado: concepto y delimitación
3. El mercado de bienes de consumo
4. El mercado industrial
5. El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

MÓDULO 2. ESTRATEGIA Y PLAN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS DE VENTAS

1. Venta directa
2. Venta a distancia
3. Venta multinivel
4. Venta personal
5. Otros tipos de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PLATAFORMA COMERCIAL. RELACIONES PROVEEDORES-CLIENTES

1. Contextualización de las relaciones fabricantes-distribuidores
2. Técnicas de negociación con proveedores
3. Red de proveedores y clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE VENTAS. PREVISIÓN DE CUOTAS Y VENTAS

1. Métodos de previsión y utilidad
2. Análisis geográfico de las zonas de ventas
3. Fijación de objetivos
4. Diferencias entre objetivos y previsiones
5. Cuotas de actividad
6. Cuotas de participación
7. Cuotas económicas y financieras
8. Estacionalidad
9. El plan de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

1. Análisis de la sensibilidad del precio
2. Discriminación de precios
3. Estrategias de precio
4. Políticas de descuento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización
2. Conceptos de fidelización
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización de clienteS
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EXPERIENCE CUSTOMER

1. Cómo monitorizar la experiencia del cliente
2. Métricas de satisfacción y experiencia del cliente
3. Generando valor añadido a cada cliente
4. Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. KEY ACCOUNT MANAGER

1. El rol del KAM
2. Tipos de estrategias segmentadas por cliente
3. Creación de relaciones duraderas (fidelización)
4. Negoción de grandes cuentas y clientes potenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL PUNTO DE VENTA

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Zonas y puntos de venta fríos y calientes
7. Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA

1. Proceso de planificación de la empresa
2. Estructura del control
3. Organización del proceso presupuestario
4. Ejercicio resuelto. Dossier de seguimiento presupuestario

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL PRESUPUESTARIO

1. El control presupuestario: introducción
2. Seguimiento y control del presupuesto de explotación
3. Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
4. Seguimiento y control del presupuesto de tesorería

5.Ejercicio resuelto. Desviaciones en ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CREACIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES COMPETITIVOS

- 1.Técnicas básicas de selección de personal
- 2.La heterogeneidad del grupo
- 3.Diferentes tipos de equipo
- 4.Estrategias de cohesión y comunicación en el equipo
- 5.Determinación de roles dentro del equipo de ventas

PARTE 2. TÉCNICAS DE VENTA EN CONCESIONARIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

- 1.Tipos de venta
 - 1.- La venta presencial y no presencial: similitudes y diferencias
 - 2.- La venta fría
 - 3.- La venta en establecimientos
 - 4.- La venta sin establecimiento
 - 5.- La venta no presencial: venta telefónica, Internet, catálogo, televenta otras
- 2.Fases del proceso de venta
 - 1.- Aproximación al cliente, desarrollo y cierre de la venta
 - 2.- Fases de la venta no presencial. Diferencias y similitudes con la venta presencial
- 3.Preparación de la venta
 - 1.- Conocimiento del producto
 - 2.- Conocimiento del cliente
- 4.Aproximación al cliente
 - 1.- Detección de necesidades del consumidor
 - 2.- Clasificación de las necesidades según distintos tipos de criterios
 - 3.- Hábitos y comportamiento del consumidor: variables internas y externas que influyen en el consumidor
 - 4.- El proceso de decisión de compra
 - 5.- Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta: perfiles y motivaciones
 - 6.- Observación y clasificación del cliente
- 5.Análisis del producto/servicio
 - 1.- Tipos de productos según el punto de venta y establecimiento
 - 2.- Atributos y características de productos y servicios: características técnicas, comerciales y psicológicas
 - 3.- Características del producto según el CVP (Ciclo de vida de producto)
 - 4.- Formas de presentación: envases y empaquetado
 - 5.- Condiciones de utilización
 - 6.- Precio. Comparaciones
 - 7.- Marca

8.- Publicidad

6.El argumentario de ventas

- 1.- Información del producto al profesional de la venta
- 2.- El argumentario del fabricante
- 3.- Selección de argumentos de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1.Presentación y demostración del producto/servicio

- 1.- Concepto
- 2.- Tipos de presentación de productos
- 3.- Diferencias entre productos y servicios

2.Demostraciones ante un gran número de clientes

- 1.- Diferencias entre presentaciones a un pequeño y gran número de interlocutores
- 2.- Criterios a considerar en el diseño de las presentaciones
- 3.- Aplicaciones de presentación

3.Argumentación comercial

- 1.- Tipos y formas de argumentos
- 2.- Tipos y forma de objeciones

4.Técnicas para la refutación de objeciones

5.Técnicas de persuasión a la compra

6.Ventas cruzadas

- 1.- Ventas adicionales
- 2.- Ventas sustitutivas

7.Técnicas de comunicación aplicadas a la venta

- 1.- Aptitudes del comunicador efectivo: asertividad, persuasión, empatía e inteligencia emocional
- 2.- Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial
- 3.- La comunicación no verbal: la transmisión de información a través del comportamiento y el cuerpo
- 4.- Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo: manos, mirada, posición, espacio entre

interlocutores u otros

8.Técnicas de comunicación no presenciales

- 1.- Recursos y medios de comunicación no presencial
- 2.- Barreras en la comunicación no presencial
- 3.- Técnicas de comunicación no presencial: la sonrisa telefónica
- 4.- La comunicación comercial escrita: cartas y documentación comercial escrita

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1.La confianza y las relaciones comerciales

- 1.- Fidelización de clientes. Concepto y ventajas
- 2.- Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores
- 3.- Servicios post-venta

2.Estrategias de fidelización

- 1.- Marketing relacional
- 2.- Tarjetas de puntos
- 3.- Promociones
- 3.Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing
- 4.Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE LA VENTA

- 1.Conflictos y reclamaciones en la venta
 - 1.- Tipología: quejas y reclamaciones
 - 2.- Diferencias y consecuencias
- 2.Gestión de quejas y reclamaciones
 - 1.- Normativa de protección al consumidor
 - 2.- Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores
 - 3.- Documentación y pruebas
 - 4.- Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación
 - 5.- Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones
 - 6.- OMIC: Oficinas municipales de información al consumidor
- 3.Resolución de reclamaciones
 - 1.- Respuestas y usos habituales en el sector comercial
 - 2.- Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento
 - 3.- Juntas arbitrales de consumo