



Técnicas de Ventas

Modalidad: Asincrónico

Duración total: 50 horas

Objetivo General

Desarrollar en los participantes las competencias necesarias para aplicar técnicas efectivas de ventas, comprendiendo el proceso comercial, la psicología del consumidor y las estrategias de persuasión que permitan mejorar los resultados comerciales y la satisfacción del cliente.

Módulo I: Introducción a las Ventas

Objetivo: Comprender los fundamentos, conceptos y evolución del proceso de ventas, identificando el rol del vendedor profesional en el contexto actual.

Contenidos:

- Concepto de venta y su importancia en la economía.
- Tipos de ventas: tradicional, consultiva, relacional y digital.
- Perfil del vendedor profesional.
- Ética y responsabilidad en la gestión de ventas.
- Comunicación efectiva y escucha activa.
- Rol del vendedor frente a la transformación digital y el cliente 4.0.
- Ejercicios prácticos:
 - Autoevaluación del perfil comercial.
 - Simulación de presentación de producto.
 - Análisis de casos de éxito en ventas.

Módulo II: Proceso de Ventas y Técnicas

Objetivo: Aplicar técnicas profesionales en cada etapa del proceso de ventas, optimizando la gestión de clientes y la negociación.

Contenidos:

- Etapas del proceso de ventas: prospección, contacto, presentación, manejo de objeciones, cierre y postventa.
- Técnicas de prospección y generación de leads.
- Métodos de presentación de productos o servicios.
- Técnicas de persuasión y negociación efectiva.
- Manejo de objeciones y cierre de ventas exitosas.
- Fidelización y seguimiento postventa.
- Uso de herramientas CRM para la gestión comercial.

Ejercicios prácticos:

- Role-playing de ventas con distintos perfiles de clientes.
- Elaboración de un guion de venta estructurado.
- Análisis de indicadores de gestión comercial (KPI's).

Módulo III: Comportamiento del Consumidor (40 horas)



Objetivo: Analizar el comportamiento del consumidor y sus factores psicológicos, sociales y culturales para adaptar las estrategias de venta a diferentes perfiles de clientes.

Contenidos:

Conceptos básicos del comportamiento del consumidor.
Factores internos: motivaciones, percepciones, actitudes y aprendizaje.
Factores externos: cultura, familia, grupos de referencia.
Segmentación y perfilamiento del cliente.
El proceso de decisión de compra.
Tendencias del consumidor moderno y marketing emocional.
Herramientas para analizar y anticipar necesidades del cliente.
Ejercicios prácticos:
Elaboración de un mapa del cliente (buyer persona).
Análisis de comportamiento de compra en distintos segmentos.
Evaluación de casos reales de estrategias exitosas.

Metodología del Curso Asincrónico

El curso se desarrollará completamente en modalidad asincrónica, a través de una plataforma virtual de aprendizaje (LMS), disponible las 24 horas del día durante el período establecido. Esta modalidad permite al participante avanzar a su propio ritmo, accediendo a los materiales y actividades desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

1. Estrategia de Aprendizaje

El proceso formativo se centra en el aprendizaje autónomo y flexible, donde cada participante gestiona su tiempo de estudio de acuerdo con su disponibilidad. La metodología combina distintos recursos pedagógicos digitales que promueven la comprensión, análisis y aplicación práctica de los contenidos.

2. Recursos Didácticos

Lecturas guiadas: Materiales teóricos descargables y diseñados con lenguaje claro, esquemas y ejemplos prácticos.

Presentaciones interactivas: Diapositivas con resúmenes de conceptos clave y ejercicios de reflexión.

Videos de apoyo: Material audiovisual breve y complementario, orientado a reforzar los contenidos principales de cada módulo (sin incluir clases explicativas grabadas).

Casos prácticos: Situaciones reales o simuladas que permiten aplicar los conocimientos adquiridos.

Foros de participación: Espacios asincrónicos para el intercambio de ideas y resolución de dudas, moderados por el tutor.

3. Rol del Tutor

El tutor o facilitador cumple un rol de acompañamiento y orientación, respondiendo consultas en foros o mensajería interna de la plataforma. Asimismo, entrega retroalimentación



personalizada sobre las actividades evaluativas y fomenta la participación activa del estudiante.

4. Evaluación del Aprendizaje

La evaluación es continua y formativa, con instrumentos que valoran tanto la comprensión teórica como la aplicación práctica:

- Cuestionarios en línea por módulo.

- Actividades prácticas o estudios de caso.

- Evaluación final integradora.

La aprobación del curso requerirá una nota mínima de 4.0 (en escala de 1.0 a 7.0) y un avance total del 100 % en los contenidos.

5. Seguimiento y Soporte

El sistema registra automáticamente el progreso, tiempo de conexión y resultados obtenidos por cada participante. En caso de dificultades técnicas, el estudiante podrá contactar al soporte académico o técnico mediante correo electrónico o chat interno.

6. Cierre y Certificación

Una vez completadas todas las actividades, el participante podrá descargar su certificado digital de aprobación desde la sección correspondiente de la plataforma, con validez oficial emitida por OTEC JCCD LTDA.

