

ONV1MF0977_2 Asesoramiento y venta de productos y servicios para la imagen personal, (60 horas)

Objetivos:

Programar la actuación en la venta a partir de los objetivos y el posicionamiento de las diferentes empresas de Imagen Personal. Aplicar las técnicas adecuadas a la promoción y venta de productos y servicios para Imagen Personal. Confeccionar los documentos básicos derivados de la actividad de la venta de productos y servicios estéticos aplicando la normativa vigente y de acuerdo con unos objetivos definidos. Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio postventa en Imagen Personal. Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo los criterios y los procedimientos establecidos.

Índice:

1. El marketing en el mercado de la estética.1.1. Diferencia entre productos y servicios estéticos.1.2. Propiedades de los productos cosméticos.1.3. Naturaleza de los servicios.1.4. La servucción o proceso de creación de un servicio.2. El representante comercial o asesor técnico.2.1. Características, funciones, actitudes y conocimientos.2.2. Cualidades que debe reunir un buen vendedor/asesor técnico.2.3. Las relaciones con los clientes.2.4. Características esenciales de los productos y/o servicios que debe conocer un representante.3. El cliente.3.1. El cliente como centro del negocio.3.2. Tipos de clientes y su relación con la prestación del servicio.3.3. La atención personalizada.3.4. Las necesidades y los gustos del cliente.3.5. Motivación, frustración y los mecanismos de defensa.3.6. Los criterios de satisfacción.3.7. Las objeciones de los clientes y su tratamiento.3.8. Fidelización de clientes.4. Organización y gestión de la venta.4.1. La información como base de la venta.4.2. Manejo de las herramientas informáticas de gestión de la relación con el cliente.4.3. Documentación básica vinculada a la prestación de servicios y venta de productos estéticos.4.4. Normativa vigente.5. Promoción y venta de productos y servicios de estética.5.1. Etapas y técnicas de venta.5.2. Factores determinantes del merchandising promocional.5.3. La venta cruzada.5.4. Argumentación comercial.5.5. Presentación y demostración de un producto y/o servicio. Puntos que se deben destacar.5.6. Utilización de técnicas de comunicación en la venta de productos y servicios estéticos.6. Seguimiento y post venta.6.1. Seguimiento comercial.6.2. Procedimientos utilizados en la post venta.6.3. Post venta: análisis de la información.6.4. Servicio de asistencia post venta.6.5. Análisis de la calidad de los servicios cosméticos.7. Resolución de reclamaciones.7.1. Procedimiento de recogida de las reclamaciones / quejas presenciales y no presenciales.7.2. Elementos formales que contextualizar la reclamación.7.3. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.7.4. Técnicas utilizadas en la resolución de reclamaciones.7.5. Utilización de herramientas informáticas de gestión de relación con clientes.