
PROGRAMA FORMATIVO

ASESORAMIENTO Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA IMAGEN PERSONAL

Código: 6838

- **Modalidad:** Distancia
- **Duración:** 80 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.

- **Contenidos:**

Marketing en el mercado de la imagen personal

Diferencia entre productos y servicios estéticos
Propiedades de los productos cosméticos
Naturaleza de los servicios
La servucción o proceso de creación de un servicio

El representante comercial o asesor técnico

Características, funciones, actitudes y conocimientos
Cualidades que debe reunir un buen vendedor/asesor técnico
Las relaciones con los clientes
Características esenciales de los productos y/o servicios que debe conocer un representante

Atención al cliente

El cliente como centro del negocio
Tipos de clientes y su relación con la prestación del servicio
La atención personalizada
Las necesidades y los gustos del cliente
Motivación, frustración y los mecanismos de defensa
Los criterios de satisfacción
Las objeciones de los clientes y su tratamiento
Fidelización de clientes

Organización y gestión de la venta

La información como base de la venta
Manejo de las herramientas informáticas de gestión de la relación con el cliente
Documentación básica vinculada a la prestación de servicios y venta de productos estéticos
Normativa vigente

PROGRAMA FORMATIVO

Promoción y venta de productos y servicios de estética

Etapas y técnicas de venta

Factores determinantes del merchandising promocional

La venta cruzada

Argumentación comercial

Presentación y demostración de un producto y/o servicio. Puntos que se deben destacar

Utilización de técnicas de comunicación en la venta de productos y servicios estéticos

Seguimiento y postventa

Seguimiento comercial

Procedimientos utilizados en la postventa

Postventa: análisis de la información

Análisis de la calidad de los servicios cosméticos

Resolución de reclamaciones

Procedimiento de recogida de las reclamaciones/quejas presenciales y no presenciales

Elementos formales que contextualizar la reclamación

Documentos necesarios o pruebas en una reclamación

Técnicas utilizadas en la resolución de reclamaciones

Utilización de herramientas informáticas de gestión de relación con clientes