

# MÁSTER

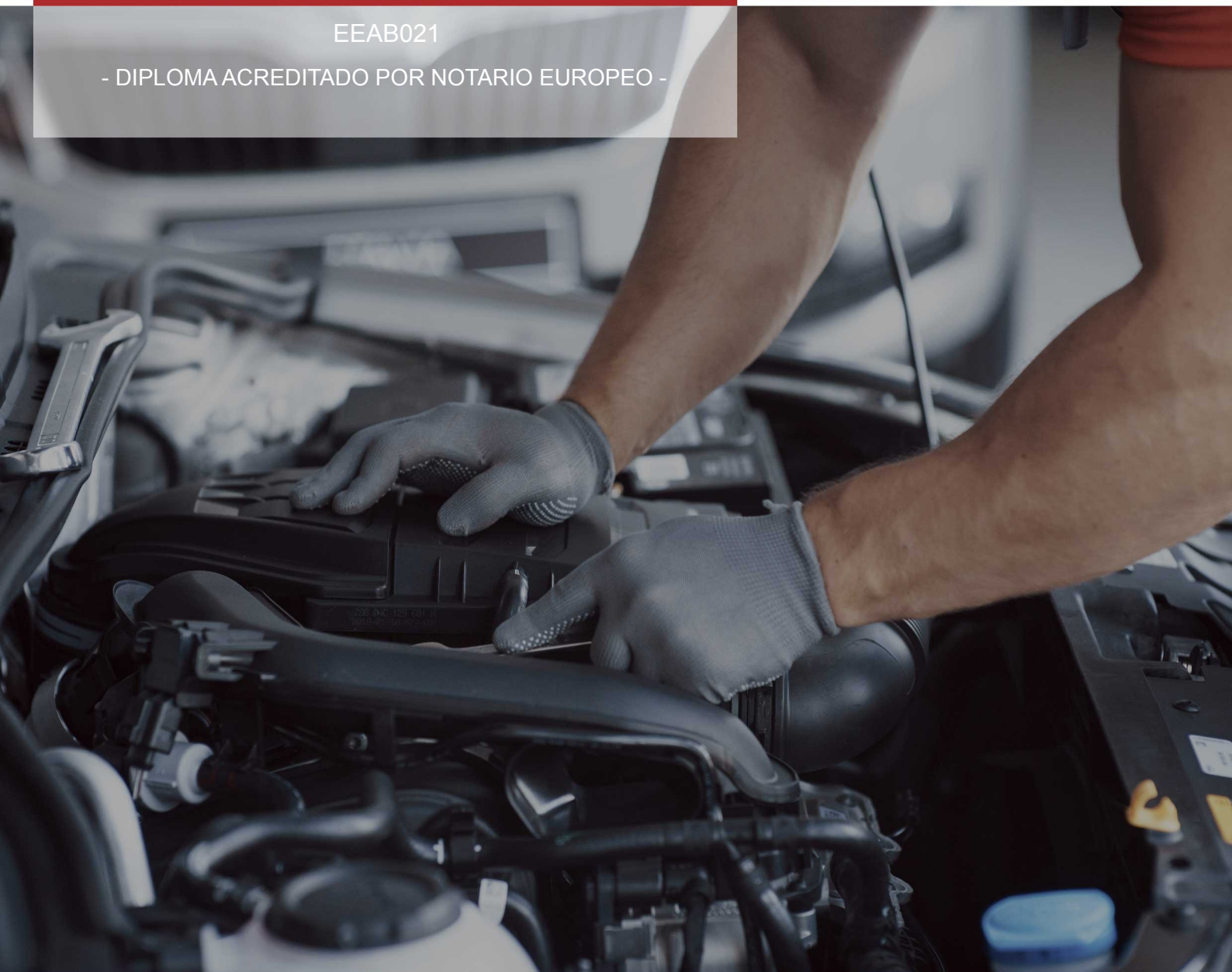
---

## MÁSTER EN COMERCIAL Y VENTAS EN CONCESIONARIO DE AUTOMÓVILES



EEAB021

- DIPLOMA ACREDITADO POR NOTARIO EUROPEO -



## DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Comercial y Ventas en Concesionario de Automóviles** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer las operaciones de venta, la organización de procesos de venta, la gestión de la venta profesional, las técnicas de venta, el seguimiento y fidelización de clientes, la resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta, la venta online, la negociación efectiva, el diseño comercial de páginas web y las principales variables a manejar en el proceso negociador. Además, al final de cada unidad didáctica el alumno encontrará ejercicios de autoevaluación que le permitirán hacer un seguimiento del curso de forma autónoma y repasar aquellos aspectos que considere oportunos basándose en los resultados obtenidos de la realización del ejercicio.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

## FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA  
300H



MODALIDAD  
A DISTANCIA / MIXTA  
\*Ambas modalidades incluyen  
módulos con clases en directo



CURSO INICIAL  
ONLINE



TUTORIAS  
PERSONALIZADAS



IDIOMA  
CASTELLANO



DURACIÓN  
HASTA UN AÑO  
\*Prorrogable



## IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 1780€

VALOR ACTUAL: 890€

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

---

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**MÁSTER EN COMERCIAL Y VENTAS EN CONCESIONARIO DE AUTOMÓVILES**”, de la ESCUELA EUROPEA DEL AUTOMÓVIL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

## REDES SOCIALES

---



[www.facebook.com/mastersautomovil](http://www.facebook.com/mastersautomovil)



[linkedin.com/company/escuela-europea-automovil](https://www.linkedin.com/company/escuela-europea-automovil)



[@eeautomovil](https://twitter.com/eeautomovil)



[www.mastersautomovil.com](http://www.mastersautomovil.com)

# **CONTENIDO FORMATIVO**

---

## **MÓDULO 1. OPERACIONES DE VENTA**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL**

1. Fórmulas y formatos comerciales.
2. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial.
3. Estructura y proceso comercial en la empresa.
4. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales.
5. Derechos del consumidor

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL**

1. El vendedor profesional.
2. Organización del trabajo del vendedor profesional.
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

1. Documentos comerciales.
2. Documentos propios de la compraventa.
3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial.
4. Elaboración de la documentación:
5. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA**

1. Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
2. Cálculo de PVP (Precio de venta al público)
3. Estimación de costes de la actividad comercial
4. Fiscalidad.
5. Cálculo de descuentos y recargos comerciales.
6. Cálculo de rentabilidad y margen comercial.
7. Cálculo de comisiones comerciales.
8. Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses.
9. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes.
10. Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta

### **UNIDAD FORMATIVA 2. TÉCNICAS DE VENTA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA**

1. Tipos de venta
2. Fases del proceso de venta
3. Preparación de la venta
4. Aproximación al cliente
5. Análisis del producto/servicio

6. Características del producto según el CVP (Ciclo del vida de producto)
7. El argumentario de ventas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA**

1. Presentación y demostración del producto/servicio.
2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
3. Argumentación comercial
4. Técnicas para la refutación de objeciones.
5. Técnicas de persuasión a la compra.
6. Ventas cruzadas
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
8. Técnicas de comunicación no presenciales

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**

1. La confianza y las relaciones comerciales:
2. Estrategias de fidelización
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
2. Gestión de quejas y reclamaciones.
3. Resolución de reclamaciones

## **UNIDAD FORMATIVA 3. VENTA ONLINE**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA**

1. Las relaciones comerciales a través de Internet
2. Utilidades de los sistemas online
3. Modelos de comercio a través de Internet.
4. Servidores online

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB**

1. El internauta como cliente potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3. Tiendas virtuales:
4. Medios de pago en Internet
5. Conflictos y reclamaciones de clientes:
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

## **MÓDULO 2. NEGOCIACIÓN EFECTIVA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ENTENDER LA INDUSTRIA PARA ENTENDER EL OBJETIVO DE LA NEGOCIACIÓN**

1. La cadena de valor.
2. La sutil diferencia en negociación entre comunicar y trasladar.
3. Implicarles en la toma de decisiones para que sientan los objetivos como propios.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS VALORES Y LA PERSONALIDAD DE MARCA. IMPRESCINDIBLES PARA PODER NEGOCIAR**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN. LOS DISTINTOS OBJETIVOS A NEGOCIAR**

1. La estructura negociadora según los niveles de toma de decisiones.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ¿SABES QUÉ ES UN CONCESIONARIO?**

1. Los primeros contactos son extremadamente importantes.
2. El concesionario como entidad empresarial independiente.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. ¿QUÉ ES NEGOCIACIÓN Y QUÉ NO ES NEGOCIACIÓN?**

1. Los conceptos de “complementariedad” no de “dependencia”, para entender un proceso de negociación.
2. Elementos iniciales que rodean el proceso de negociación.
3. El campo de la negociación. Los 5 mandamientos que el delegado de zona debe saber.
4. La banda de negociación.
5. Trucos en el proceso de negociación.
6. Las cinco “C’s” del proceso negociador.
7. Definiciones de negociación.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. NEGOCIAR OBJETIVOS. ¿CÓMO DEBEN SER PARA ASEGURAR SU COMPRENSIÓN? ANÁLISIS Y CONTROL DEL RIESGO**

1. La concreción de objetivos válidos. El modelo SMART.
2. Objetivos a largo plazo y a corto plazo.
3. El riesgo y las dificultades en el establecimiento de los objetivos.
4. El concepto de conflicto. Similitudes y diferencias.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA RELACIÓN WIN/WIN REAL ENTRE LA MARCA Y EL CONCESIONARIO**

1. Funcionamiento del método win/win y características intrínsecas.
2. Elementos de la negociación win/win y enfoque profesional actual.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL MODELO DE HARVARD APLICADO A LA NEGOCIACIÓN DE OBJETIVOS**

1. Puntos principales del modelo de Harvard.
2. Estructura secuencial del proceso según el modelo descrito.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL GERENTE DEL CONCESIONARIO. LOS MODELOS MÁS REPETITIVOS**

1. Ser de la familia o ser ajeno a ella. ¿Qué intereses defiende? ¿Cómo lo compatibilizo?
2. Perfil formativo.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. PRINCIPALES MOMENTOS NEGOCIADORES DURANTE EL AÑO. CÓMO ABORDARLOS**

1. Descripción de los momentos negociadores durante el año.
2. Cómo negociar los objetivos según su tipología no periodicidad.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN EFICAZ. EL MODELO MANN Y SU APLICACIÓN**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. ESTILOS NEGOCIADORES**

1. Concepto de estilo personal.
2. Consejos para mejorar las habilidades de negociación.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. LAS ETAPAS Y EL PROCESO NEGOCIADOR**

1. Descripción de las etapas del proceso negociador.
2. La pirámide de la negociación.
3. Las líneas rojas. Poder y equilibrio.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. PRINCIPALES VARIABLES A MANEJAR EN EL PROCESO NEGOCIADOR**

1. Descripción de las variables que intervienen en el proceso.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. EL DECÁLOGO. LAS 10 REGLAS DE ORO ("10 TIPS FOR NEGOTIATION")**

### **ANEXO. CASOS PRÁCTICOS Y SITUACIONES REALES**

### **ANEXO. CONTRIBUCIÓN A LA NEGOCIACIÓN DE LOS CONCESIONARIOS CON SUS PROVEEDORES**