



## Guía Didáctica

Cómo captar alumnos en la red

## **Objetivos**

---

### □ **Objetivos Generales**

- Conocer las diferentes estrategias y actuaciones que deben ser puestas en marcha en un plan de marketing en una empresa de Formación.

### □ **Objetivos Específicos**

- Ser capaces de gestionar un adecuado plan de marketing orientado a la captación de alumnos para empresas de Formación.
- Conocer las características de los distintos tipos de venta en el sector de la formación.
- Conocer los diferentes tipos de técnicas de ventas utilizadas en las empresas de formación.
- Distinguir los distintos tipos de reclamaciones que se presentan en Formación, así como las diferencias y consecuencias de las mismas y la importancia de las mismas.
- Conocer las ventajas de fidelizar a un alumno, así como las distintas estrategias a utilizar para la fidelización de los mismos.
- Conocer la normativa con respecto a la Formación que actualmente está vigente.

## Contenidos

<b>70 horas</b>	<b>Cómo captar alumnos en la red</b>
<b>42 h</b>	<b>Módulo 1: Técnicas de venta en empresas de formación</b>
15 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 1: Procesos de Venta                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de Venta</li> <li>• Fases del Proceso de Venta</li> <li>• Aproximación al Cliente</li> <li>• El Vendedor</li> <li>• Análisis del Producto o Servicio</li> <li>• El Argumentario de Ventas</li> </ul> </li> </ul>
15 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 2: Aplicación de Técnicas de Venta                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación y Demostración de un Producto/Servicio</li> <li>• Argumentación</li> <li>• Objeciones del Cliente</li> <li>• Técnicas de Comunicación</li> <li>• La Expresión Oral</li> <li>• Medios de Comunicación</li> <li>• No Presenciales</li> <li>• La Comunicación Comercial Escrita: Cartas y Documentación</li> <li>• Gestión de posibles alumnos en la red</li> </ul> </li> </ul>
12 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 3: Fidelización de Clientes. Resolución de Conflictos y Reclamaciones                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Confianza y las Relaciones Comerciales</li> <li>• Externalización de las Relaciones con Clientes</li> <li>• Conflictos y Reclamaciones en la Venta</li> <li>• Resolución de Reclamaciones</li> </ul> </li> </ul>
<b>28 h</b>	<b>Módulo 2: Técnicas de venta aplicadas a la empresa de formación</b>
14 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 1: Técnicas de Venta en Empresas de Formación                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los Objetivos de Venta</li> <li>• El Vendedor Profesional para la Formación</li> <li>• La Presentación del Producto Formativo</li> <li>• Claves del Nuevo Marketing</li> <li>• El Tratamiento de las Objeciones en Formación</li> <li>• El Tratamiento de las Reclamaciones</li> </ul> </li> </ul>
14 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 2: Normativa en la Formación                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativa que Regula la Formación Profesional para el Empleo</li> <li>• Ley Orgánica de las Cualificaciones y de la Formación Profesional</li> <li>• Normativa que Regulan los Certificados de Profesionalidad</li> </ul> </li> </ul>
<b>70 horas</b>	<b>2 Módulos – 5 Unidades</b>