

## 1ª ACCIÓN FORMATIVA

### TÍTULO ACCIÓN FORMATIVA: Comunicación comercial II

<b>Acción:</b>	Comunicación comercial II
<b>Línea de Actuación:</b>	Formación Técnica
<b>Objetivo:</b>	Aprender técnicas para la comunicación comercial destinada a contextos como: ferias y atención telefónica y presencial a familias de alumnos.
<b>Profesor:</b>	Doroteo González Pastor
<b>Responsable:</b>	Sonia Garrote Fernández Unidad de Innovación Docente y Tutorial sgarrote@uemc.es
<b>Metodología</b>	Eminentemente práctica atendiendo al perfil de las personas que participan en la acción formativa; el colectivo será utilizado como recurso de aprendizaje sobre la base de la cotidianidad de sus experiencias. Se van a trabajar propuestas que faciliten herramientas de autoanálisis, propicien la reflexión y generen iniciativas personales de intervención inmediata en el entorno de trabajo más próximo.
<b>Duración:</b>	12 h
<b>Fecha:</b>	Del 5 al 8 de febrero de 2019
<b>Horario:</b>	9:00-12:00
<b>Aula:</b>	1134

## DESTINATARIOS

Personal de Administración y Servicios

## INSCRIPCIÓN

La inscripción se realiza por vía electrónica en el siguiente enlace:

<https://unidt-form.uemc.es/comunicacioncomercialii/>

Plazo tope para la inscripción: **29 de enero de 2019 hasta las 14:00**

Número máximo de plazas: 25

Si durante la inscripción se plantean dudas o problemas contacta con Sonia Garrote en sgarrote@uemc.es.

## CONTENIDOS

- Atención presencial a visitas:
  - Recepción de visitas: como presentarse, saludo, romper el hielo etc.
  - Ubicación de la atención de las visitas, cómo y dónde sentarse, ofrecer agua, café etc.
  - Fase de sondeo o averiguación: escucha activa, lenguaje verbal y no verbal, cómo realizar preguntas, empatizar y conectar con el futuro alumno y sus padres etc. ¿cómo conocer la historia que hay detrás de la persona que viene a informarse?
  - Perfiles de futuros alumnos y padres y cómo lidiar con estos perfiles.
  - Trabajar con las expectativas y las motivaciones del futuro alumno y sus padres, conocerlas y adaptar los argumentos de venta.
  - Impedimentos, ¿cómo trabajarlos y argumentarlos?
  - Argumentos de venta: trabajar nuestros argumentos en los grados que más nos cuesta vender.
  - Cierre: informar de precios de forma correcta y transmitiendo confianza y cómo cerrar la venta (tácticas).
- Atención telefónica:
  - Información relevante, qué debemos contar y qué no.
  - Averiguación-sondeo por teléfono.
  - Como establecer una conexión lo suficientemente buena como para que vengan a una visita.