

6. PROMOCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN EL ÁMBITO DE LA ESTÉTICA PERSONAL

CONTENIDOS:

• BLOQUE I: LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

Este bloque abarca los contenidos derivados de las capacidades terminales cuya consecución facultará al alumno y la alumna a establecer una comunicación directa y práctica, tanto en el ámbito oral como en el escrito con los clientes potenciales.

• Procedimentales:

- Identificación del tipo de cliente en los diferentes supuestos.
- Realización de las preguntas oportunas para determinar sus necesidades de compra.
 - Aplicación de la teoría de Maslow.
- Aplicación de fórmulas adecuadas para la determinación del interés del consumo del cliente.
- Identificación de los elementos de la comunicación y análisis del comportamiento.
- Elaboración de escritos adecuados al organismo o cliente destinatario.
- Representación de una comunicación, adaptando el lenguaje, gestos y expresiones, adecuados al caso.

• Hechos, conceptos y principios:

- El concepto de «marketing». Qué es y en qué consiste. Historia. El «Marketing Mix». Su aplicación a la venta y prestación del servicio.
- Las necesidades y gustos del cliente: motivos relacionados con las necesidades.
- Variables que condicionan o determinan los intereses de consumo del cliente.
- La motivación, frustración y los mecanismos de defensa.
- La teoría de Maslow.
- Las necesidades según conductas: perfil psicológico de los distintos clientes.
- Procesos de comunicación.
 - Etapas del proceso de comunicación.
- Comunicación escrita y oral. Normas y modelos. Actitudes y técnicas de comunicación. Medios y equipos de comunicación.

• Actitudinales:

- Corrección en el trato con los clientes.
- Adecuación a cada tipo de cliente en cada situación.
- Claridad y precisión en la transmisión de la información.
- Brevedad y claridad en la elaboración de escritos.
- Respeto a las buenas maneras y a la vestimenta adecuada, para transmitir una

buena imagen de la empresa.

• **BLOQUE II: APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROMOCIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

Este bloque abarca los contenidos derivados de las capacidades en las que se trata de capacitar al alumno y alumna en el conocimiento de las características que debe reunir un buen vendedor, aplicando técnicas de venta, negociación, promoción..

• **Procedimentales:**

- Determinación de la forma de actuación conveniente ante cada cliente potencial.
- Identificación del tipo de relación que tiene que tener el vendedor o vendedora con el cliente.
- Dominio de las características esenciales de los productos y servicios de estética a vender.
- Identificación de las técnicas de venta básicas.
- Planificación y ejecución de la negociación y cierre de una venta a un cliente tipo.
- Selección de las líneas y márgenes de actuación para la consecución de objetivos.
- Utilización de instrumentos de promoción en el ámbito de la estética:
 - Demostración de un producto cosmético, utensilio o aparato de uso en belleza o de un servicio de estética personal profesional.
- Detección y control de los errores y propuesta de soluciones para organizar la venta.

• **Hechos, conceptos y principios:**

- Estudio de las cualidades que debe reunir un buen vendedor.
- Aptitudes para la venta y su desarrollo:
 - Conceptos psicológicos relacionados con la comunicación.
- Las relaciones con los clientes.
- Características esenciales de los productos y servicios de estética que debe conocer un vendedor.
- Tipos de venta.
- Fases de la venta. Planificación de la negociación.
- Técnicas de venta básicas, para captar la atención del cliente y despertar su interés.
- Técnicas para debatir objeciones.
- El cierre de venta.
- La promoción de ventas y el «marchandising».
 - Principales objetivos de la promoción.
 - Instrumentos promocionales utilizados en el sector.
 - Técnicas de presentación o demostración de productos cosméticos, utensilios o aparatos de uso en belleza o en el servicio de estética personal decorativa.
 - Puntos que deben destacarse en la demostración.
 - Técnicas de aplicación. Técnicas de actuar el punto de venta a través del «marchandising».
- Errores y soluciones en la organización de la venta.

- **Actitudinales:**

- Interés por seleccionar la técnica adecuada a cada supuesto de venta que se presente.
- Adaptación a las necesidades de cada cliente utilizando un trato correcto y manteniendo una buena imagen de la empresa.
- Iniciativa y capacidad de persuasión ante situaciones concretas.
- Respuesta idónea ante las diversas reclamaciones u objeciones que se le puedan plantear.
- Capacidad de lucha para alcanzar los objetivos fijados en el plan de ventas.
- Disposición para la organización en el desempeño de sus labores.

- **BLOQUE III: REALIZACIÓN DE OPERACIONES, CÁLCULOS Y DOCUMENTOS RELACIONADOS CON LA VENTA**

Este bloque abarca los contenidos derivados de las capacidades en las que se trata de que el alumno y alumna sea capaz de calcular la rentabilidad de las promociones y recoger y tratar los datos que se genera con las ventas.

- **Procedimentales:**

- Cálculo de la rentabilidad de una promoción mediante supuestos.
- Elaboración de la ficha del cliente.
- Presentación de informes.
- Elaboración de un fichero de clientes.
 - Selección de los datos relevantes.
 - Utilización de las técnicas de archivo.

- **Hechos, conceptos y principios:**

- Técnicas para medir la rentabilidad.
- Documentación básica para el proceso de venta.
- Procedimientos de gestión y tratamiento de la información.
 - Ficha del cliente.
 - Informes.
 - Técnicas de archivo.
 - Ficheros.

- **Actitudinales:**

-

- Método y precisión en el desempeño de su labor.
- Actitud de búsqueda de soluciones a las posibles erratas.
- Respuesta correcta ante situaciones imprevistas.

DISEÑO CURRICULAR BÁSICO DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN (DCB)

TODA LA INFORMACIÓN NECESARIA SOBRE LOS CONTENIDOS A APRENDER Y EVALUAR SE PUEDE ENCONTRAR EN INTERNET en www.mec.es