



TÉCNICAS DE VENTA EN COSMÉTICA Y BELLEZA

Impartido por: **Capacitaciones GoCursos Spa**

Modalidad
Presencial/Elearning

Reunión con Relator
Costo 0

Incluye
Diploma y Certificado





Objetivo general

Desarrollar y fortalecer las habilidades comerciales del equipo de ventas en el canal retail, mediante técnicas de captación, exploración de necesidades, demostración y cierre de ventas, orientadas a mejorar la experiencia del cliente y aumentar la efectividad en la gestión del punto de venta en el rubro de la belleza y cosmética.



Objetivos específicos

- Aplicar estrategias de abordaje, comunicación empática y demostración de productos cosméticos para identificar necesidades, generar conexión emocional con la cliente y lograr cierres de venta efectivos, alineados con la identidad y propuesta de valor de las marcas Ésika, L'Bel y Cyzone.



Modalidad

Presentamos todas las modalidades que ofrecemos a nuestros alumnos.



ONLINE

Clases asincrónicas, entregándote la libertad de estudiar en el momento y lugar que tú decidas.



ONLINE EN VIVO

Clases remotas en vivo, donde profesor y alumnos se conectan e interactúan en tiempo real, en una fecha y horario establecido



PRESENCIAL

Asiste físicamente a las clases, en nuestras salas o en las propias dependencias del cliente.

Temario del curso:

Módulo 1. El nuevo cliente retail en belleza

Objetivo: Reconocer el perfil del consumidor actual y las tendencias en compra de cosméticos y fragancias para diseñar estrategias de venta efectivas. Contenidos: Comportamiento del consumidor en retail de belleza: expectativas y motivaciones. Diferencias generacionales (Gen Z, Millennials, etc.) en consumo de Érika, L'Bel y Cyzone. Experiencia de compra: de la vitrina al punto de cierre. Neuroventa aplicada a la belleza (impacto sensorial: vista, olfato, tacto). Actividad práctica: Mapa del cliente retail: en grupos, diseñan el "viaje del cliente" desde que entra a la tienda hasta que compra. Identifican puntos críticos donde pueden aplicar técnicas de persuasión.

Módulo 2. Storytelling y valor de marca

Objetivo: Potenciar la venta consultiva usando el valor de las marcas y el relato emocional. Contenidos: Posicionamiento de Érika, L'Bel y Cyzone en el mercado chileno. Cómo conectar la propuesta de marca con el estilo de vida del cliente. Técnicas de storytelling para persuadir en el punto de venta. Diferenciación frente a la competencia. Actividad práctica: Pitch de marca: cada participante construye un mini discurso de venta para un producto (perfume, maquillaje o skincare) usando storytelling. Se graban en video y reciben feedback grupal.

Módulo 3. Técnicas avanzadas de cierre y up selling

Objetivo: Desarrollar técnicas de cierre efectivas con foco en ticket promedio y fidelización. Contenidos: Cierres estratégicos: directo, alternativo y por beneficio. Cross selling y upselling aplicados a la belleza.

Objeciones comunes en el retail de cosméticos y cómo transformarlas en oportunidades.

Lenguaje no verbal y microexpresiones en el cierre.

Actividad práctica:

Role play de venta avanzada: simulación de cliente exigente con objeciones. El vendedor debe aplicar técnicas de cierre y upselling (ej: perfume + crema complementaria).

Módulo 4. Experiencia sensorial y marketing en tienda

Objetivo: Integrar las herramientas de marketing experiencial en el proceso de venta.

Contenidos:

Técnicas de activación sensorial en el punto de venta (tester, aromas, visual merchandising).

Creación de experiencias memorables en minutos.

Psicología del color y la estética en retail de belleza.

Cómo transformar una demostración en una experiencia WOW.

Actividad práctica:

Diseño de experiencia retail: en grupos diseñan una micro experiencia de 5 minutos para un cliente que llega a probar un producto (ej: perfume + maquillaje express). Se presentan y se vota la mejor experiencia.

Módulo 5. Fidelización y ventas recurrentes

Objetivo: Convertir clientes en embajadores de marca mediante la postventa y seguimiento. Contenidos:

Estrategias de fidelización en el retail: base de datos, CRM, contacto postcompra.

Técnicas de venta recurrente (reposición de productos, novedades).

Creación de vínculos emocionales con el cliente.

Medición de indicadores clave en ventas retail (KPI: ticket promedio, conversión, repetición de compra).

Actividad práctica:

Caso práctico: cada participante recibe un perfil de cliente (ej: cliente que compró una fragancia hace 2 meses). Debe planear una estrategia de fidelización y recompra, simulando una interacción en tienda.

y mucho más...

Datos del Organismo Capacitador:

Nombre Empresa OTEC:	Capacitaciones GoCursos SPA
Rut:	77919346-2
Giro:	Servicio de Capacitaciones
Dirección	Irrazaval 690 Ñuñoa Santiago de Chile
Cuenta Bancaria	Cuenta Corriente 95466877 Banco Santander
Email:	contacto@gocursos.cl