

**Técnicas de venta. La escucha activa**  
**Cuestionario de evaluación (Solucionario)**

## DATOS DEL CURSO

Nº expediente:  Nº Acción Formativa:  Nº grupo:   
Denominación acción:

## DATOS DEL ALUMNO

Apellidos:  Nombre:   
N.I.F.

1. El vendedor consultor es ideal para vender:
  - Productos o servicios de una sola compra o larga duración.
  - Para apertura de mercados y captación de nuevos clientes.
  - Monopolios.
  - Todas son falsas.
  
2. El vendedor condescendiente está muy orientado a los clientes pero muy poco a la venta.
  - Verdadero.
  - Falso.
  
3. Una técnica para evitar que el cliente rechace una compra por el precio es intentar fraccionarlo en la presentación del producto, por ejemplo, indicar el coste por día y no mencionar el coste mensual.
  - Verdadero.
  - Falso.
  
4. El *salarium* era una paga que se le otorgaba a los soldados fenicios mediante monedas de cobre.
  - Verdadero.
  - Falso.
  
5. La palabra venta se utiliza tanto para denominar a la acción en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden.
  - Verdadero.
  - Falso.

6. Una barrera semántica sería el lenguaje especial de grupo.

Verdadero.

Falso.

7. El espacio personal-emocional que asignamos a nuestra intimidad durante la comunicación se clasifica en cuatro zonas, una de ellas, la social, se enmarca en una distancia de 1 a 2 metros.

Verdadero.

Falso.

8. Los gestos reguladores se utilizan para ilustrar nuestro mensaje hablado.

Verdadero.

Falso.

9. Mediante la práctica en el espejo podemos aprender a controlar nuestra expresión facial de simpatía.

Verdadero.

Falso.

10. Es aconsejable mantener las manos ocupadas, por ejemplo con un bolígrafo, para que no las movamos demasiado mientras que hablamos.

Verdadero.

Falso.

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ALUMNO

## DATOS DEL CURSO

Nº expediente:  Nº Acción Formativa:  Nº grupo:   
Denominación acción:

## DATOS DEL ALUMNO

Apellidos:  Nombre:   
N.I.F.

1. Escuchar activamente supone estar mentalmente presentes, procesar la información y demostrar que estamos realizando dicho proceso.  
 Verdadero.  
 Falso.
2. Escuchar tiene efectos tranquilizantes y facilita que se eliminen tensiones.  
 Verdadero.  
 Falso.
3. Todos pensamos entre 550 y 600 palabras por minuto. Por otra parte, cuando hablamos sólo somos capaces de pronunciar entre 110 y 120 palabras por minuto.  
 Verdadero.  
 Falso.
4. Se define atención como la actitud consciente para advertir de forma evidente los estímulos que nos llegan del cerebro.  
 Verdadero.  
 Falso.
5. Para no distraer al cliente, no debemos parafrasear sus mismas palabras como medida de escucha, pensaría que no lo estábamos escuchando y por eso estamos repitiendo.  
 Verdadero.  
 Falso.

6. Señala cuál sería un cliente interno:

- El cartero.
- Un compañero de trabajo.
- Un familiar.
- Todas las respuestas son correctas.

7. Cuando un cliente reclama debemos:

- Disculparnos e intentar solucionar su problema.
- No atenderlo si la culpa no es nuestra.
- Explicarle que la culpa es de un compañero que es un inútil.
- No mirarlo a los ojos para que no se enfade aún más.

8. Para contentar a un cliente que está reclamando por un mal servicio:

- Podemos ofrecer un extra para compensarlo.
- Se le puede invitar a un café.
- No se debe ofrecer nada puesto que no es el momento.
- Hay que aprovechar para venderle más productos.

9. Para tratar correctamente al cliente escéptico se debe actuar con total indiferencia y sin mirarlo a los ojos para que no pueda desacreditarnos.

- Verdadero.
- Falso.

10. Para dominar la situación con un cliente agresivo es aconsejable mostrarse sumiso y paciente. Escucharlo y darle conversación es lo correcto.

- Verdadero.
- Falso.

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ALUMNO

## DATOS DEL CURSO

Nº expediente:  Nº Acción Formativa:  Nº grupo:   
Denominación acción:

## DATOS DEL ALUMNO

Apellidos:  Nombre:   
N.I.F.

1. Cuando veamos a un cliente por primera vez debemos:
  - Saludar con un gesto, y continuar nuestra tarea, para que vea que somos responsables y muy trabajadores.
  - Levantarnos y salir a su encuentro para saludarlo y darle la bienvenida.
  - Pasar de él si tiene mal aspecto.
  - Mirarlo de arriba abajo para que note nuestra superioridad.
2. Cuando estrechemos la mano:
  - Hay que hacerlo con mucha fuerza para impresionar al cliente.
  - Se debe de mantener la mirada fija en sus ojos, mientras se le tenga agarrada la mano.
  - Lo mejor es dar la mano suavemente.
  - Un buen apretón de manos es el que se da breve y firmemente.
3. No es aconsejable sonreír a los clientes en el mundo financiero, hay ciertos negocios que requieren una imagen más seria.
  - Verdadero.
  - Falso.
4. Debemos fijarnos siempre en el aspecto del cliente para saber si podemos tutearlo y darle un trato "más relajado".
  - Verdadero.
  - Falso.
5. Si estamos en medio de una tarea y aparece un cliente:
  - Lo debemos saludar, brevemente, e indicarle que en seguida lo atenderemos.
  - Hasta que no terminemos de hacer lo que tengamos entre manos, no debemos saludar ni iniciar conversación alguna.
  - Se debe dejar radicalmente cualquier actividad y atender como sea a ese cliente.
  - Todas las opciones son falsas.

6. Los segmentos de mercado se clasifican en las siguientes categorías:
- Geográfica, demográfica, conductual y neuronal.
  - Demográfica, psicográfica, conductual y social.
  - Conductual, psicográfica, geográfica y demográfica.
  - Todas son falsas.
7. Una de las características de los segmentos de mercado es que deben ser accesibles.
- Verdadero.
  - Falso.
8. Las preguntas de “encuadre” son las que se utilizan para forzar respuestas de sí o no y se obliga al cliente a elegir entre dos extremos.
- Verdadero.
  - Falso.
9. Es aconsejable si queremos obtener información de la competencia hacernos pasar por un cliente y comprarles su producto para probarlo y analizar su metodología.
- Verdadero.
  - Falso.
10. Un tipo de segmento que ha surgido en la actualidad es el conocido como “Living the experience” que engloba a un tipo de cliente que busca el lujo y las ediciones Premium.
- Verdadero.
  - Falso.

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ALUMNO

## DATOS DEL CURSO

Nº expediente:  Nº Acción Formativa:  Nº grupo:   
Denominación acción:

## DATOS DEL ALUMNO

Apellidos:  Nombre:   
N.I.F.

1. La habilidad que más valora el cliente es la seriedad.  
 Verdadero.  
 Falso.
2. Ser eficiente significa optimizar nuestro trabajo con el objetivo de satisfacer al equipo.  
 Verdadero.  
 Falso.
3. Una de las causas que impiden que una persona no desarrolle su empatía es la timidez.  
 Verdadero.  
 Falso.
4. La asertividad se define como la habilidad de entender a los demás.  
 Verdadero.  
 Falso.
5. Los elementos cognitivos básicos para tener éxito en las relaciones interpersonales son:  
(marcar la respuesta incorrecta)  
 La mirada.  
 Las manos.  
 Los chistes.  
 La voz.

6. Solucionar con urgencia todos los problemas que puedan surgir con el cliente está dentro de las políticas de la orientación al cliente.
- Verdadero.  
 Falso.
7. El comportamiento pasivo consiste en no expresar nunca nuestras opiniones o derechos, quedándonos frustrados y generando un sentimiento cada vez más negativo y estresado.
- Verdadero.  
 Falso.
8. Una de las ventajas de ser asertivo es que nos respetan más y disminuye la visión pragmática de los problemas.
- Verdadero.  
 Falso.
9. La técnica del “pero” consiste en mantener nuestra postura y a la vez reconocer al interlocutor una parte de la suya.
- Verdadero.  
 Falso.
10. La interrogación negativa es una manera de facilitar la comunicación aprovechando la empatía de los demás y obtener información sobre el interlocutor.
- Verdadero.  
 Falso.

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL ALUMNO