



# FORMACIÓN

Catálogo de Cursos



## **HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS AL SERVICIO DE LA GESTION COMERCIAL DE CLIENTES**

Sector: COMERCIO

CONVOCATORIA ABIERTA. Si está interesado en este curso, por favor, consulte las fechas.

Modalidad: ONLINE

Duración: 60.00 horas

Objetivos:

Adquirir una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. El alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y planificar y gestionar actividades comerciales con clientes aplicando herramientas tecnológicas que optimicen los procesos de gestión, seguimiento y fidelización de clientes y faciliten la consecución efectiva de los objetivos comerciales definidos.

Contenidos:

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA ACCIÓN COMERCIAL

- La Planificación Comercial.
- Determinar los Objetivos Comerciales.
- Análisis del Mercado.
- Métodos de Predicción de Ventas.
- Segmentación de clientes.
- Distribución de recursos.
- Plan de Acción Comercial. Planteamientos iniciales.
- Desarrollo del Plan de Acción Comercial.
- Fuentes de captación de clientes.
- Argumentarios de Ventas.
- Preparación de la visita comercial.
- Herramientas de control y medición de la planificación comercial.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE GESTIÓN DE VENTAS

- Presentación de beneficios: Introducción. Argumentos de ventas. Argumentación y proceso de venta.
- Reconfiguración: Introducción. Objeciones.
- Formalización del vínculo: El cierre. Proceso de cierre. Requisitos para un cierre eficaz.
- Atención al cliente: Reconocer. Asumir. Informar. Comunicar. Emprender. Solucionar.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CRM COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- ¿Qué es un CRM?.
- Beneficios la empresa.
- Aplicaciones. ¿Cuándo y para qué se utiliza?.
- Marketing Relacional y CRM.
- Herramientas del Marketing Relacional.
- Objetivos del Marketing Relacional y de las Soluciones CRM.
- El CRM y la fidelización de clientes.
- El CRM y el aumento de las ventas.

- El CRM y la calidad del servicio al cliente.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING INNOVADORAS CENTRADAS EN EL CLIENTE

- Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.
- Las bases de datos y sistemas de explotación de la información.
- Proceso de asesoramiento comercial a clientes.
- Atención de las necesidades del cliente.
- Incrementar el valor de los clientes actuales.
- La venta cruzada.
- Beneficios de la venta cruzada.
- Cómo enfocar la venta cruzada.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- Concepto de fidelización de clientes.
- Los programas de fidelización.
- Ventajas de la fidelización.
- Vinculación de clientes.
- Factores de fidelización.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PROACTIVIDAD COMERCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- La importancia de ser proactivo.
- El esfuerzo continuado.
- La orientación al cliente.
- La imagen que transmitimos al cliente.
- Planificación y optimización de recursos.
- 10 Puntos para ser Proactivos.
- La satisfacción de los clientes.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN LA GESTIÓN COMERCIAL

- La web Herramientas y aplicaciones en la relación comercial con clientes.
- Aplicaciones comerciales de las Redes Sociales en la gestión comercial.
- Aplicaciones comerciales de blogs, microblogging, foros y wikis.
- Aplicaciones comerciales de plataformas de vídeo y fotografía.
- Sindicación de contenidos y podcasting.
- Beneficios del posicionamiento en buscadores.
- Planificación de acciones y campañas.