FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

COMM087PO - HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS AL SERVICIO DE LA GESTION COMERCIAL DE CLIENTES

Sector: INTERSECTORIAL

Modalidad: ONLINE

Duración: 60.00 horas

Objetivos:

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:

1. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA ACCIÓN COMERCIAL
1.1. La Planificación Comercial.
1.2. Determinar los Objetivos Comerciales.
1.3. Análisis del Mercado.
1.4. Métodos de Predicción de Ventas.
1.5. Segmentación de clientes.
1.6. Distribución de recursos.
1.7. Plan de Acción Comercial. Planteamientos iniciales.
1.8. Desarrollo del Plan de Acción Comercial.
1.9. Fuentes de captación de clientes.
1.10. Argumentarios de Ventas.
1.11. Preparación de la visita comercial.
1.12. Herramientas de control y medición de la planificación comercial.
2. PROCESO DE GESTIÓN DE VENTAS
2.1. Presentación de beneficios: Introducción. Argumentos de ventas. Argumentación y proceso de venta.
2.2. Reconfiguración: Introducción. Objeciones.
2.3. Formalización del vínculo: El cierre. Proceso de cierre. Requisitos para un cierre eficaz.
2.4. Atención al cliente: Reconocer. Asumir. Informar. Comunicar. Emprender. Solucionar.
3. EL CRM COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
3.1. ¿Qué es un CRM?.
3.2. Beneficios la empresa.
3.3. Aplicaciones. ¿Cuándo y para qué se utiliza?.
3.4. Marketing Relacional y CRM.
3.5. Herramientas del Marketing Relacional.
3.6. Objetivos del Marketing Relacional y de las Soluciones CRM.
3.7. El CRM y la fidelización de clientes.
3.8. El CRM y el aumento de las ventas.
3.9. El CRM y la calidad del servicio al cliente.
4. ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING INNOVADORAS CENTRADAS EN EL CLIENTE
4.1. Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.
4.2. Las bases de datos y sistemas de explotación de la información.
4.3. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.

4.4. Atención de las necesidades del cliente.
4.5. Incrementar el valor de los clientes actuales.
4.6. La venta cruzada.
4.7. Beneficios de la venta cruzada.
4.8. Cómo enfocar la venta cruzada.
5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
5.1. Concepto de fidelización de clientes.
5.2. Los programas de fidelización.
5.3. Ventajas de la fidelización.
5.4. Vinculación de clientes.
5.5. Factores de fidelización.
6. LA PROACTIVIDAD COMERCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE
CLIENTES
6.1. La importancia de ser proactivo.
6.2. El esfuerzo continuado.
6.3. La orientación al cliente.
6.4. La imagen que transmitimos al cliente.
6.5. Planificación y optimización de recursos.
6.6. 10 Puntos para ser Proactivos.
6.7. La satisfacción de los clientes.
7. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN LA GESTIÓN
COMERCIAL
7.1. La web 2.0. Herramientas y aplicaciones en la relación comercial con clientes.
7.2. Aplicaciones comerciales de las Redes Sociales en la gestión comercial.
7.3. Aplicaciones comerciales de blogs, microblogging, foros y wikis.
7.4. Aplicaciones comerciales de plataformas de vídeo y fotografía.
7.5. Sindicación de contenidos y podcasting.
7.6. Beneficios del posicionamiento en buscadores.
7.7. Planificación de acciones y campañas.