



COMT040PO. Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial

Sku: PS_COMT040PO

Horas: 100

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.

CONTENIDOS

- **1. Gestión de la venta y su cobro. Atención de quejas y reclamaciones.**
 - La gestión comercial.
 - La "conciencia comercial": ¿Qué supone concebir la relación con los clientes desde una perspectiva comercial?
 - Que es vender. Nuevas formas comerciales. Proceso de compra-venta.
 - Tipología de la venta. La venta personal.
 - El punto de venta y el merchandising.
 - Organización del trabajo: gestión de la cartera de clientes.
 - La relación con el cliente.
 - Calidad del servicio al cliente.
 - Perfil del cliente actual.
 - Derechos y obligaciones del cliente.
 - Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión.
 - Instituciones y Servicios de Protección al consumidor.
 - Servicio de atención al cliente. Quejas y reclamaciones.
 - Procedimiento y normativa en los procesos de reclamación. Documentos necesarios.
 - Habilidades de comunicación en el servicio de atención al cliente.
 - La comunicación: instrumento de relación y atención al cliente.
 - El lenguaje positivo.
 - Los diferentes estilos de comunicación.

- Técnicas de negociación.
 - El manejo y la resolución de conflictos.
 - La conducta de los clientes en situaciones difíciles.
 - Instrumentos para hacer frente a las situaciones difíciles.
 - El proceso de atención de quejas y reclamaciones.
- **2. Herramientas de la gestión comercial. Seguimiento después de eventos o acciones comerciales.**
 - El plan de marketing como herramienta de gestión.
 - Introducción al Marketing.
 - El Plan estratégico de Marketing en la empresa: objetivos. fases. implementación.
 - Seguimiento y control del Plan de Marketing.
 - Políticas de Marketing.
 - Estrategias de Marketing.
 - La gestión comercial.
 - Investigación y estudio de mercados y su segmentación.
 - Logística Comercial.
 - Control y gestión presupuestaria.
 - La oferta comercial.
 - Política de productos.
 - El Departamento Comercial.
 - Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales.
 - Organización y planificación de eventos.
 - Definición. difusión y desarrollo de los eventos de una organización.
 - Identidad gráfica de los eventos.
 - Protocolo de empresa.
 - Participación en eventos extranjeros e internacionales.
 - Evaluación de Eventos.
 - La comunicación en marketing.
 - Estrategias y herramientas.
 - Hablar en público.
- **3. Marketing directo.**
 - El marketing directo como parte del plan de marketing.
 - Introducción al Marketing Directo.
 - El micromarketing y su aplicación estratégica.
 - Marketing Relacional.
 - El plan de marketing directo.
 - Definición. estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo.
 - Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos.
 - Planificación de Campañas.
 - Los Medios del Marketing Directo (prensa. e-mailings. buzoneo mobile marketing. etc.).
 - Marketing On-Line.
 - Análisis de Resultados.
 - Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas.

- Estrategias de interacción con los clientes.
 - Generación, gestión y comunicación de contactos.
 - Listas y bases de datos.
 - Fidelización de clientes.
 - La implementación de un CRM.
 - Ley de Protección de Datos.
- **4. Marketing digital. Utilización de las redes sociales y otras herramientas web en la gestión comercial y de marketing.**
 - La web 2.0 en la empresa.
 - La evolución técnica de la Web.
 - Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0.
 - Extender el trabajo de nuestra empresa.
 - Marketing en medios sociales -crear contenidos y conversar.
 - El social media.
 - Redes sociales.
 - Gestión de redes sociales.
 - Marketing 2.0: Marketing en la red.
 - Marketing en medios sociales -escuchar y medir.
 - Cómo evaluar nuestro trabajo de Social Media.
 - Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media.
 - Gestión de crisis.
 - Apuntes legales del Social Media.