



Comunicación, marketing y ventas en restauración

Sku: CT0413

Horas: 36

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Estudiar las necesidades y deseos del cliente en segmentos bien definidos del mercado.
2. Comunicación interpersonal y sus tipos.
3. Análisis de las necesidades humanas y la motivación.
 - 3.1. El proceso decisorio.
 - 3.2. Las expectativas de los clientes y sus técnicas.
 - 3.3. Técnicas de satisfacción.
 - 3.4. Estándares de calidad.
4. Evaluar y medir la imagen de la empresa y la satisfacción del cliente.
5. Motivación a todos los departamentos.
6. Estructura C.R.M.(Customer Relationship Management).
 - 6.1. Ventas.
 - 6.2. Asignación de objetivos de ventas a cada unidad o persona del negocio.
 - 6.3. Gestión de todos los tipos de contactos que se mantengan.
 - 6.4. Gestión de cuentas.
 - 6.5. Gestión de ofertas.
 - 6.6. Gestión de contratos.
 - 6.7. Seguimiento de los objetivos marcados.
7. Marketing.
 - 7.1. Datos de Mercado.
 - 7.2. Datos de la competencia.
 - 7.3. Segmentación de clientes.
 - 7.4. Definición de la oferta.
 - 7.5. Asignación de segmentos/canales.
 - 7.6. Servicios.
8. Elementos de merchandising en restauración.
 - 8.1. Decorado y ambiente.
 - 8.2. Equipamiento.
 - 8.3. Menú.
 - 8.4. Ubicación preferente del producto.
 - 8.5. Fotos.
 - 8.6. Mástiles.
 - 8.7. Carteles.
 - 8.8. Publicidad.
 - 8.9. Animación.
 - 8.10. Demostraciones y degustaciones.
 - 8.11. Otros.
9. Estructura de un plan de marketing.
 - 9.1. Fase analítica.
 - 9.2. Fase estratégica.
 - 9.2.1. Política Marketing-Mix.
 - 9.3. Fase operativa.