HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN COMERCIAL

Área: Gestión Comercial de Ventas - Certificado de Profesionalidad
Modalidad: Teleformación
Duración: 20 h
Precio: 150.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

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 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 Accion 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 1.13 Cuestionario: Planificación de la acción comercial 2 Proceso de gestión de ventas 2.1 Presentación de beneficios 2.2 Argumentos de venta 2.3 Objeciones 2.4 El cierre Requisitos para un cierre eficaz 2.5 Atención al cliente 2.6 Cuestionario: Proceso de gestión de ventas 3 CRM herramienta de gestión de clientes 3.1 Qué es un CRM 3.2 Beneficios la empresa 3.3 Aplicaciones - Cuando 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 3.10 Cuestionario: CRM herramienta de gestión de clientes 4 Estrategias comerciales y de marketing centradas en el cliente 4.1 Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes 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 4.9 Cuestionario: Estrategias comerciales y de marketing centradas en el cliente 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 5.6 Cuestionario: Fidelización de clientes 6 Proactividad comercial 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 6.8 Cuestionario: Proactividad comercial 7 Estrategias y herramientas en la gestión comercial 7.1 La web 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 video y fotografía 7.5 Sindicación de contenidos y podcasting 7.6 Beneficios del posicionamiento en buscadores 7.7 Planificación de acciones y campañas 7.8 Cuestionario: Estrategias y herramientas en la gestión comercial 7.9 Cuestionario: Cuestionario final

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.