

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

SKU: EVOL-1748-VNO-A | Categorías: [ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN](#), [Administración y Oficinas](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [100](#)

Acreditado por Universidad [SI](#)

Créditos ECTS [4](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de comercializar productos y servicios en pequeños negocios o microempresas.
- En concreto el alumno será capaz de: Aplicar técnicas de organización de las acciones de venta a partir de parámetros comerciales definidos en una planificación y el posicionamiento del pequeño negocio.
- Analizar los medios e instrumentos necesarios para el desarrollo de acciones comerciales habituales en pequeños negocios o microempresas en función de las variables a tener en cuenta para su adecuada gestión.
- Definir procedimientos de actuación con clientes identificando las acciones de gestión fidelización y seguimiento que optimicen la relación con el cliente-tipo de pequeños negocios o microempresas.
- Aplicar técnicas específicas a la venta de productos y servicios en función de los distintos canales siguiendo todas las fases hasta la obtención del pedido adaptándolos al perfil de principales tipos de clientes.
- Desarrollar la gestión administrativa de diferentes acciones comerciales de venta y de atención al cliente y situaciones de quejas y reclamaciones y elaborando la documentación correspondiente utilizando aplicaciones ofimáticas específicas.

Contenidos

UD1. Planificación comercial en pequeños negocios o microempresas.

- 1.1. Organización de la actividad de ventas.
- 1.2. La cartera de clientes. Clasificación y tratamiento.
- 1.3. Utilidades y prestaciones de las herramientas informáticas y ofimáticas para la gestión de clientes.
- 1.4. Estrategia de ventas.
- 1.5. Habilidades sociales en el trato con el cliente.

UD2. Marketing y comunicación en pequeños negocios o microempresas.



- 2.1. Las acciones comerciales publicitarias en pequeños negocios o microempresas.
- 2.2. Planificación de la publicidad y promoción del producto/servicio.
- 2.3. Variables que intervienen en el diseño publicitario comercial.
- 2.4. Técnicas de elaboración del mensaje.
- 2.5. La utilidad de la ofimática en el diseño publicitario.

UD3. Atención al cliente y fidelización en pequeños negocios o microempresas.

- 3.1. El proceso de comunicación en la atención al cliente.
- 3.2. Los protocolos de actuación en la atención al cliente.
- 3.3. El servicio de atención al cliente.
- 3.4. Identificación de intereses y necesidades del cliente.
- 3.5. Las reclamaciones y quejas.
- 3.6. Técnicas de fidelización en la atención al cliente.
- 3.7. Seguimiento y control del grado de satisfacción de clientes.

UD4. Técnicas de venta canales y servicio postventa.

- 4.1. Fases del proceso de venta.
- 4.2. Los canales de venta y su procedimiento específico en el cierre de operaciones.
- 4.3. Técnicas de negociación con el cliente.

UD5. Gestión comercial de pequeños negocio o microempresas.

- 5.1. La documentación comercial en los pequeños negocios o microempresas.
- 5.2. Registro y seguimiento de las reclamaciones y quejas.
- 5.3. Aplicaciones específicas en la gestión comercial: clientes ventas quejas y reclamaciones.

