

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AL SERVICIO DE LA GESTIÓN COMERCIAL DE CLIENTES. COMM087PO

SKU: EVOL-3232-iNO-B | Categorías: [Atención al Cliente](#), [COMERCIO Y MARKETING](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [60](#)

Créditos ECTS [0](#)

Más información [CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AL SERVICIO DE LA GESTIÓN COMERCIAL DE CLIENTES

Objetivos

Este Curso COMM087PO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AL SERVICIO DE LA GESTIÓN COMERCIAL DE CLIENTES le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMM087PO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AL SERVICIO DE LA GESTIÓN COMERCIAL DE CLIENTES el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y 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

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA ACCIÓN COMERCIAL

1. La Planificación Comercial.
2. Determinar los Objetivos Comerciales.
3. Análisis del Mercado.
4. Métodos de Predicción de Ventas.
5. Segmentación de clientes.
6. Distribución de recursos.
7. Plan de Acción Comercial. Planteamientos iniciales.



8. Desarrollo del Plan de Acción Comercial.
9. Fuentes de captación de clientes.
10. Argumentarios de Ventas.
11. Preparación de la visita comercial.
12. Herramientas de control y medición de la planificación comercial.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE GESTIÓN DE VENTAS

1. Presentación de beneficios: Introducción. Argumentos de ventas. Argumentación y proceso de venta.
2. Reconfiguración: Introducción. Objeciones.
3. Formalización del vínculo: El cierre. Proceso de cierre. Requisitos para un cierre eficaz.
4. Atención al cliente: Reconocer. Asumir. Informar. Comunicar. Emprender. Solucionar.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CRM COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. ¿Qué es un CRM?.
2. Beneficios la empresa.
3. Aplicaciones. ¿Cuándo y para qué se utiliza?.
4. Marketing Relacional y CRM.
5. Herramientas del Marketing Relacional.
6. Objetivos del Marketing Relacional y de las Soluciones CRM.
7. El CRM y la fidelización de clientes.
8. El CRM y el aumento de las ventas.
9. El CRM y la calidad del servicio al cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING INNOVADORAS CENTRADAS EN EL CLIENTE

1. Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.
2. Las bases de datos y sistemas de explotación de la información.
3. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.
4. Atención de las necesidades del cliente.
5. Incrementar el valor de los clientes actuales.
6. La venta cruzada.
7. Beneficios de la venta cruzada.
8. Cómo enfocar la venta cruzada.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. Concepto de fidelización de clientes.
2. Los programas de fidelización.
3. Ventajas de la fidelización.
4. Vinculación de clientes.



5. Factores de fidelización.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PROACTIVIDAD COMERCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La importancia de ser proactivo.
2. El esfuerzo continuado.
3. La orientación al cliente.
4. La imagen que transmitimos al cliente.
5. Planificación y optimización de recursos.
6. 10 Puntos para ser Proactivos.
7. La satisfacción de los clientes.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN LA GESTIÓN COMERCIAL

1. La web Herramientas y aplicaciones en la relación comercial con clientes.
2. Aplicaciones comerciales de las Redes Sociales en la gestión comercial.
3. Aplicaciones comerciales de blogs, microblogging, foros y wikis.
4. Aplicaciones comerciales de plataformas de vídeo y fotografía.
5. Sindicación de contenidos y podcasting.
6. Beneficios del posicionamiento en buscadores.
7. Planificación de acciones y campañas.

