



PROGRAMA FORMATIVO DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AL SERVICIO DE LA GESTION COMERCIAL DE CLIENTES (60 horas)

COMM087PO

CONTENIDOS FORMATIVOS:

- 1 . PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN DE LA ACCION 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 Acción 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.

- 2 . PROCESO DE GESTION DE VENTAS
 - 2.1. Presentación de beneficios: introducción. Argumentos de ventas. Argumentación y proceso de venta
 - 2.2. Formalización del vínculo: El cierre. Proceso de cierre. Requisitos para un cierre eficaz.
 - 2.3. Atención al cliente: Reconocer. Asumir. Informar. Comunicar. Emprender. Solucionar.

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

- 3.1. ¿Qué es un CRM?
- 3.2. Beneficios de la empresa
- 3.3. Aplicaciones. ¿Cuándo 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.

4. ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING INNOVAORAS CENTRADAS EN EL CLIENTE

- 4.1. Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.
- 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.

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.

6. LA PROACTIVIDAD COMERCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESGTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 6.1. La importancia de ser proactivo
- 6.2. El esfuerzo continuado.
- 6.3. La orientación al cliente.
- 6.4. La imagen que trasmitimos al cliente.
- 6.5. Planificación y optimización de recursos.
- 6.6. 10 puntos para ser Proactivos
- 6.7. La satisfacción de los clientes

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

- 7.1. La web 2.0. 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 vídeo y fotografía.
- 7.5. Sindicación de contenidos y podcasting.
- 7.6. Beneficios del posicionamiento en buscadores.
- 7.7. Planificación de acciones y campañas.