

Programa formativo

COMERCIO Y MARKETING



Herramientas tecnológicas al servicio de la gestión comercial de clientes. COMM087PO

Duración: 60 horas



Grupo Glorieta

Grupo Glorieta garantiza toda la formación impartida y la gestión de bonificaciones que realiza como entidad organizadora.

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.
- Realizar la planificación de la acción comercial del equipo de ventas.
- Llevar a cabo acciones comerciales bien planificadas y organizadas que conduzcan al éxito.
- Utilizar un CRM para la implantación de un adecuado plan de fidelización.
- Realizar una estrategia de marketing comercial centrada en el cliente.
- Realizar un proyecto de fidelización de clientes a través de su vinculación.
- Utilizar la proactividad como habilidad estratégica dentro de equipos de trabajo.
- Emplear estrategias y herramientas 2.0 destinadas a la gestión comercial.

Contenidos

1. Planificación y organización de la acción comercial

- 1.1. Introducción.
- 1.2. La planificación comercial.
- 1.3. Determinar los objetivos comerciales.
- 1.4. Análisis del mercado.
- 1.5. Métodos de predicción de ventas.
- 1.6. Segmentación de clientes.
- 1.7. Distribución de recursos.
- 1.8. Plan de acción comercial.
- 1.9. Desarrollo del plan de acción comercial.
- 1.10. Fuentes de captación de clientes.
- 1.11. Argumentación de ventas.
- 1.12. Preparación de la visita comercial.
- 1.13. Herramientas de control y medición de la planificación comercial.
- 1.14. Resumen.

2. Proceso de gestión de ventas

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Presentación de beneficios.
- 2.3. Reconfiguración: introducción. Objeciones.
- 2.4. Formalización del vínculo: el cierre.
- 2.5. Atención al cliente: Reconocer. Asumir. Informar. Comunicar. Emprender. Solucionar.
- 2.6. Resumen.

3. El CRM como herramienta de gestión y fidelización de clientes

- 3.1. Introducción.
- 3.2. ¿Qué es un CRM?
- 3.3. Beneficios a la empresa.
- 3.4. Aplicaciones. ¿Cuándo y para qué se utiliza?
- 3.5. Marketing relacional y CRM.
- 3.6. Herramientas del marketing relacional.
- 3.7. Objetivos del marketing relacional y de las soluciones CRM.
- 3.8. El CRM y la fidelización de clientes.
- 3.9. El CRM y el aumento de las ventas.
- 3.10. El CRM y la calidad del servicio al cliente.
- 3.11. Resumen.

4. Estrategias comerciales y de marketing innovadoras centradas en el cliente

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.
- 4.3. Las bases de datos y sistemas de explotación de la información.
- 4.4. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.
- 4.5. Atención de las necesidades del cliente.
- 4.6. Incrementar el valor de los clientes actuales.
- 4.7. La venta cruzada.
- 4.8. Resumen.

5. Fidelización de clientes

- 5.1. Introducción.
- 5.2. Concepto de fidelización de clientes.
- 5.3. Los programas de fidelización.
- 5.4. Ventajas de la fidelización.
- 5.5. Vinculación de clientes.
- 5.6. Factores de fidelización.
- 5.7. Resumen.

6. La proactividad comercial como estrategia en la gestión y fidelización de clientes

- 6.1. Introducción.
- 6.2. La importancia de ser proactivo.
- 6.3. El esfuerzo continuado.
- 6.4. La orientación al cliente.
- 6.5. La imagen que transmitimos al cliente.
- 6.6. Planificación y optimización de recursos.
- 6.7. Diez puntos clave para ser proactivos.
- 6.8. La satisfacción de los clientes.
- 6.9. Resumen.

7. Definición de estrategias y aplicación de herramientas 2.0 en la gestión comercial

7.1. Introducción.

7.2. La web 2.0. Herramientas y aplicaciones en la relación comercial con clientes.

7.3. Aplicaciones comerciales de las redes sociales en la gestión comercial.

7.4. Aplicaciones comerciales de blogs, microblogging, foros y wikis.

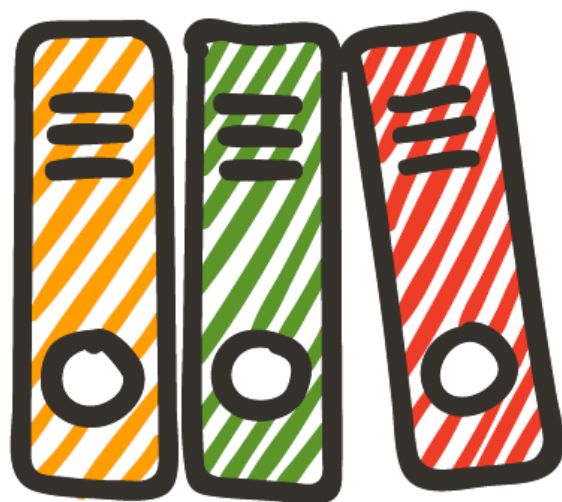
7.5. Aplicaciones comerciales de plataformas de vídeo y fotografía.

7.6. Sindicación de contenidos y podcasting.

7.7. Beneficios del posicionamiento en buscadores.

7.8. Planificación de acciones y campañas.

7.9. Resumen.



ACCESO AL CATÁLOGO GENERAL DE CURSOS

Para más información:



Grupo Glorieta

965 789 115

www.grupoglorieta.com

fcontinua@grupoglorieta.com