

# COMT040PO. GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES EN LA GESTIÓN COMERCIAL



**SKU:** 21442IN

**Horas:** 100

## OBJETIVOS

- Aplicar técnicas de *marketing* directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.
- Conocer en profundidad los elementos clave de una buena gestión comercial a fin de que una empresa, negocio o actividad profesional pueda contar con una buena base para implementar una correcta estrategia de ventas y una adecuada atención al cliente.
- Saber cuáles son las principales herramientas de gestión comercial para dar impulso a los negocios, y descubrir cómo es el procedimiento para llevar a cabo eventos comerciales de éxito para promocionar la actividad.
- Descubrir el *marketing* directo como conjunto de estrategias elementales que conforman el plan de *marketing* de un negocio, con el fin de movilizar a los clientes potenciales y provocar respuestas a estímulos a través de eventos debidamente planificados.
- Abordar el *marketing* digital como parte fundamental del plan de *marketing* de una empresa.
- Reconocer los canales de comunicación *online* y otras herramientas web que no solo alimentarán al negocio de nuevos leads, sino que ayudarán también a fidelizar a los clientes con la marca.

## CONTENIDO

- **Gestión de la venta y su cobro. Atención de quejas y reclamaciones**
  - Introducción.
  - La gestión comercial:  
La “conciencia comercial”: ¿qué supone concebir la relación con los clientes desde una perspectiva comercial?  
Qué es vender. Nuevas formas comerciales. Proceso de compra-venta.

Tipología de la venta. La venta personal.

El punto de venta y el *merchandising*.

Organización del trabajo: gestión de la cartera de clientes.

- La relación con el cliente:

Calidad del servicio al cliente.

Perfil del cliente actual.

Derechos y obligaciones del cliente.

Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión.

Instituciones y servicios de protección al consumidor.

- Servicio de atención al cliente. Quejas y reclamaciones:

Procedimiento y normativa en los procesos de reclamación. Documentos necesarios.

Habilidades de comunicación en el servicio de atención al cliente:

- La comunicación: instrumento de relación y atención al cliente.

- El lenguaje positivo.

- Los diferentes estilos de comunicación.

- Técnicas de negociación.

El manejo y la resolución de conflictos:

- La conducta de los clientes en situaciones difíciles.

- Instrumentos para hacer frente a las situaciones difíciles.

El proceso de atención de quejas y reclamaciones.

- **Herramientas de la gestión comercial. Seguimiento después de eventos o acciones comerciales**

- Introducción.

- El plan de *marketing* como herramienta de gestión:

Introducción al *marketing*.

El plan estratégico de *marketing* en la empresa: objetivos, fases, implementación.

Seguimiento y control del plan de *marketing*.

Políticas de *marketing*.

Estrategias de *marketing*.

- La gestión comercial:

Investigación y estudio de mercados y su segmentación.

Logística comercial.

Control y gestión presupuestaria.

La oferta comercial.

Política de productos.

El departamento comercial.

- Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales:

Organización y planificación de eventos.

Definición, difusión y desarrollo de eventos de una organización.

Identidad gráfica de los eventos.

Protocolo de empresa.

Participación en eventos extranjeros e internacionales.

Evaluación de eventos.

- La comunicación en *marketing*:

Estrategias y herramientas.

Hablar en público.

- **Marketing directo**

- Introducción.

- El *marketing* directo como parte del plan de *marketing*:

- Introducción al *marketing* directo.

- El *micromarketing* y su aplicación estratégica.

- Marketing* relacional.

- El plan de *marketing* directo:

- Definición, estructuración e implementación del plan de *marketing* directo.

- Ventajas del *marketing* directo frente a los medios masivos.

- Planificación de campañas.

- Los medios del *marketing* directo (prensa, *e-mailings*, *buzoneo mobile marketing*, etc.).

- Marketing online*.

- Análisis de resultados.

- Creatividad en el *marketing* directo: campañas creativas.

- Estrategias de interacción con los clientes:

- Generación, gestión y comunicación de contactos.

- Lista y bases de datos.

- Fidelización de clientes.

- La implementación de un CRM.

- Ley de Protección de Datos.

- **Marketing digital. Utilización de las redes sociales y otras herramientas web en la gestión comercial y de *marketing***

- Introducción.

- La web 2.0 en la empresa:

- La evolución técnica de la web.

- Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0.

- Extender el trabajo de nuestra empresa.

- *Marketing* en medios sociales. Crear contenidos y conversar:

- El *Social Media*.

- Redes sociales.

- Gestión de redes sociales.

- Marketing 2.0: marketing* en la red.

- *Marketing* en medios sociales. Escuchar y medir:

- Cómo evaluar nuestro trabajo de *Social Media*.

- Limitaciones, éxitos y fracasos del *Social Media*.

- Gestión de crisis.

- Apuntes legales del *Social Media*.