



Herramientas tecnológicas al servicio de la gestión

DURACIÓN DEL CURSO

55 horas

MODALIDAD

Online

SECTORES

Gestión Empresarial

HASTA 100% BONIFICABLE

DÓNDE

Toda España

PRECIO DEL CURSO

412.50€

CURSO

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.

TEMARIO

1. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA ACCIÓN 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 GESTIÓN DE VENTAS

- 2.1. Presentación de beneficios: Introducción. Argumentos de ventas. Argumentación y proceso de venta.
- 2.2. Reconfiguración: Introducción. Objeciones.
- 2.3. Formalización del vínculo: El cierre. Proceso de cierre. Requisitos para un cierre eficaz.
- 2.4. 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 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.