



Herramientas tecnológicas al servicio de la gestión

DURACIÓN DEL CURSO

55 horas

SECTORES

Gestión Empresarial

MODALIDAD

Online

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

- NOT ACTIVATED • PREVIEW •
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.