

# COMT040PO. Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial

Horas

100

## Acerca de este curso

Cod: PSCOMT040PO

- **1. Gestión de la venta y su cobro. Atención de quejas y reclamaciones.**
  - La gestión comercial.
    - La “conciencia comercial”: ¿Qué supone concebir la relación con los clientes desde una perspectiva comercial?
    - Que 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.
- **2. Herramientas de la gestión comercial. Seguimiento después de eventos o acciones comerciales.**
  - 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 los 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.
- **3. Marketing directo.**
  - 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 On-Line.
    - Análisis de Resultados.
    - Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas.
  - Estrategias de interacción con los clientes.
    - Generación, gestión y comunicación de contactos.
    - Listas y bases de datos.
    - Fidelización de clientes.
    - La implementación de un CRM.
    - Ley de Protección de Datos.
- **4. Marketing digital. Utilización de las redes sociales y otras herramientas web en la gestión comercial y de marketing.**
  - 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.

### ¿Qué aprenderás?

- Aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.