

FORMACIÓN GRATUITA PARA TRABAJADORES Y AUTÓNOMOS

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España



PLANIFICACIÓN. ORGANIZACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Competencia general:

Potenciar la gestión adecuada en los procesos de venta y mejorar las competencias profesionales de los trabajadores del sector aplicando técnicas y herramientas adecuadas.

Contenidos:

Módulo formativo 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.
- El manejo y la resolución de conflictos.
- El proceso de atención de quejas y reclamaciones.

FORMACIÓN GRATUITA PARA TRABAJADORES Y AUTÓNOMOS

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España



Módulo formativo 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.

FORMACIÓN GRATUITA PARA TRABAJADORES Y AUTÓNOMOS

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España



Módulo formativo 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.

Unidad formativa 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.

FORMACIÓN GRATUITA PARA TRABAJADORES Y AUTÓNOMOS

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España



- 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.