

GUÍA DE CONTENIDOS

DIPLOMADO SUPERIOR EN GESTIÓN COMERCIAL, VENTAS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS PYMES

DURACIÓN: 300 horas



"formación a tu alcance"



MÓDULOS:

1. ADMINISTRACIÓN DE RR.HH
2. ELABORACIÓN DE DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA
3. INTERNET COMO CANAL DE COMERCIALIZACIÓN
4. COMERCIO ELECTRÓNICO
5. PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
6. PROMOCIONES COMERCIALES
7. CONCERTACIÓN DE CITAS DE VENTAS
8. EL TELÉFONO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.
9. DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE
10. PROCESO DE VENTA
11. CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO Y PRESENTACIÓN AL CLIENTE
12. DEMOSTRACIÓN DEL PRODUCTO EN LA VENTA
13. COMPETENCIAS DEL VENDEDOR
14. COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE VENTA
15. COMUNICACIÓN COMERCIAL.
16. NEGOCIACIÓN COMERCIAL
17. DECISIÓN DE COMPRA DEL CLIENTE
18. CIERRE DE LA VENTA
19. SERVICIO POSTVENTA
20. ATENCIÓN EFICAZ DE QUEJAS Y RECLAMACIONES
21. INTERNET EN LA EMPRESA. CONCEPTOS BÁSICOS
22. MARKETING DIGITAL
23. NUEVA ECONOMÍA
24. TELEMARKETING

CONTENIDOS:

1. ADMINISTRACIÓN DE RR.HH

- Administración de personal.
- Contrato de trabajo y relaciones laborales individuales.
- Relaciones laborales colectivas.
- Recisión de contratos laborales.
- Cotización a la Seguridad Social.
- Gestión salarial y nóminas

2. ELABORACIÓN DE DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA

3. INTERNET COMO CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

4. COMERCIO ELECTRÓNICO

- Introducción al comercio electrónico
- La cadena de valor en el comercio electrónico
- Aspectos tecnológicos del comercio electrónico.
- Tipos de comercio electrónico
- Atención al cliente.
- Seguridad en las transacciones. Medios de pago y procesos de cobro.
- Logística y distribución
- consideraciones logísticas y legales

5. PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Introducción.
- Publicidad
- promoción de ventas
- Merchandising.
- Venta personal
- Publicity
- Relaciones públicas. Marketing directo y relacional

6. PROMOCIONES COMERCIALES

- La promoción en el punto de venta
- Merchandising en el punto de venta
- Herramientas
- Elementos
- Criterios de control
- Análisis de resultados

7. CONCERTACIÓN DE CITAS DE VENTAS

- Organización y planificación en la venta.
- La prospección.
- Fuentes de información.
- El teléfono.
- El correo o mailing

8. EL TELÉFONO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

- La atención telefónica.

- Elementos que intervienen en la venta y compra de forma directa.
- Proceso de comunicación.
- Aspectos externos de gran influencia.
- La televenta a través del teléfono.
- Quejas y reclamaciones.

9. DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

- Introducción.
- Las necesidades de los clientes.
- Tipos de clientes
- Influencias sociales en el comportamiento del cliente
- La influencia de las percepciones en el cliente
- Los motivos de la compra

10. PROCESO DE VENTA

- El concepto de venta y la comunicación empresarial
- El proceso de venta
- El proceso de venta: objeciones y cierre de la venta
- El servicio postventa
- La dirección comercial de ventas
- La gestión comercial de ventas

11. CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO Y PRESENTACIÓN AL CLIENTE

- Aplicaciones del marketing.
- La comunicación en el pequeño comercio.
- Merchandising.
- La animación en el punto de venta.
- Nociones generales sobre escaparates y escaparatismo.
- La realización del escaparate
- La presentación del producto al cliente

12. DEMOSTRACIÓN DEL PRODUCTO EN LA VENTA

- La argumentación..
- La demostración.

13. COMPETENCIAS DEL VENDEDOR

- El vendedor como comunicador
- El perfil del vendedor.
- La responsabilidad y honestidad del vendedor.
- Las funciones del vendedor.

14. COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE VENTA

- Objetivos de la comunicación externa empresarial.
- Tipos de venta
- La venta como proceso
- La comunicación.
- El director y el equipo de ventas

15. COMUNICACIÓN COMERCIAL.

- El concepto de venta y comunicación empresarial.
- La comunicación.
- Identificación de las necesidades del cliente.
- Comportamiento del consumidor y el mercado.

- Las cualidades del vendedor.

16. NEGOCIACIÓN COMERCIAL

- La negociación comercial
- El negociador
- El proceso de negociación comercial
- Desarrollo de la negociación
- Documentación de la negociación

17. DECISIÓN DE COMPRA DEL CLIENTE

- El cliente ante los mercados masivos.
- La decisión de compra entre empresas.
- La identificación de las necesidades en los productos.
- La oferta del producto por el vendedor.

18. CIERRE DE LA VENTA

- El cierre de la venta
- Consideraciones previas al cierre de la venta
- Los signos de compra
- Técnicas para el cierre de la venta
- La despedida

19. SERVICIO POSTVENTA

- El servicio al cliente
- Gestión de quejas y reclamaciones
- El seguimiento de la venta
- La fidelización por la oferta

20. ATENCIÓN EFICAZ DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

- Proceso de comunicación.
- Atención al cliente.
- El consumidor.
- Las quejas.
- Técnicas aplicables a las relaciones interpersonales.
- Hojas de reclamación.

21. INTERNET EN LA EMPRESA. CONCEPTOS BÁSICOS

22. MARKETING DIGITAL

- Introducción al marketing digital.
- Elementos del marketing digital
- Herramientas estratégicas del marketing digital
- La personalización y el marketing digital
- Campañas de comunicación On-Line
- La publicidad On-Line y su eficacia

23. NUEVA ECONOMÍA

- Introducción a la nueva economía
- Modelo de negocio. Factores de éxito y fracaso
- Tipos de modelos de negocio
- Estructura organizativa y funcional

24. TELEMARKETING

- Conceptos básicos de marketing

- Creación de listas de distribución para captación de clientes
- Programas de fidelización de clientes.
- Realización de estudios sobre clientes potenciales
- Programas de atención al cliente y técnicas de venta
- Mailing a través de internet
- Páginas web en internet
- Marketing en internet