

Comercialización de Productos y Servicios en Pequeños Negocios o Microempresas

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Aplicar las técnicas de organización de las acciones de venta a partir de parámetros comerciales definidos en una planificación y el posicionamiento del pequeño negocio.
Conocer y analizar los medios e instrumentos necesarios para el desarrollo de acciones comerciales habituales en pequeños negocios o microempresas, en función de las distintas variables a tener en cuenta para su adecuada gestión.
Definir los procedimientos de actuación con los distintos clientes, identificando las acciones de gestión, fidelización y seguimiento que optimicen la relación con el cliente-tipo de pequeños negocios o microempresas.
Aplicar técnicas específicas a la venta de productos y servicios, en función de los distintos canales, siguiendo todas las fases hasta la obtención del pedido, adaptándolos al perfil de principales tipos de clientes.
Desarrollar la gestión administrativa de las diferentes acciones comerciales, de venta y de atención al cliente y situaciones de quejas y reclamaciones.
Aprender a elaborar y cumplimentar la documentación comercial soporte de las operaciones comerciales, de venta y de atención al cliente, empleando cuando sea posible las aplicaciones ofimáticas adecuadas, y conocer los procedimientos de archivo y registro de la documentación comercial generada.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN COMERCIAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

Organización de la actividad de ventas
La cartera de clientes. Clasificación y tratamiento

Utilidades y prestaciones de las herramientas de las herramientas informáticas y ofimáticas para la gestión de clientes
Estrategia de ventas
Habilidades sociales en el trato con el cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y COMUNICACIÓN EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

Las acciones comerciales publicitarias en pequeños negocios o microempresas
Planificación de la publicidad y promoción del producto/servicio
Variables que intervienen en el diseño publicitario comercial
Técnicas de elaboración del mensaje
La utilidad de la ofimática en el diseño publicitario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE Y FIDELIZACIÓN EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

El proceso de comunicación en la atención al cliente
Los protocolos de actuación en la atención al cliente
El servicio de atención al cliente
Identificación de intereses y necesidades del cliente
Las reclamaciones y quejas
Técnicas de fidelización en la atención al cliente
Seguimiento y control del grado de satisfacción de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE VENTA, CANALES Y SERVICIO POSTVENTA

Fases del proceso de venta
Los canales de venta y su procedimiento específico en el cierre de operaciones
Técnicas de negociación con el cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN COMERCIAL DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

La documentación comercial en los pequeños negocios o microempresas
Registro y seguimiento de las reclamaciones y quejas
Aplicaciones específicas en la gestión comercial: clientes, ventas, quejas y reclamaciones