



MARKETING ESTRATÉGICO, MERCHANDISING Y TELEMARKETING

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Aprender a elaborar una estrategia de ventas mediante el análisis del mercado, oferta propia, precios, comunicación y canales de comercialización

Introducción a una nueva forma de ventas: el telemarketing. Conocer los distintos tipos de clientes y cómo lograr llegar a ellos

Conocer las palancas de éxito para captar y retener clientes y gestionar eficazmente reclamaciones

Contenidos:

Marketing en el punto de venta

1 Condicionantes del marketing

2 Estudio de mercados

3 El mercado

4 Política de productos

5 Política de precios

6 Política de distribución

7 La comunicación



8 Política de comunicación

9 Publicidad

10 Promoción - relaciones públicas y merchandising

11 El perfil del vendedor

12 La fachada del punto de venta

13 El espacio de venta

14 La venta como proceso

15 Características y hábitos del consumidor habitual

16 Tipología de la venta

17 Técnicas de ventas

18 Estrategia de ventas

19 Merchandising

Telemarketing

1 Conceptos básicos de marketing

2 Administración de clientes

3 Telemarketing

4 La comunicación y la conducta del consumidor

5 Fidelización, satisfacción y reclamaciones del cliente

6 Estudio del cliente



7 Atención al cliente

8 Técnicas de venta

9 Marketing e Internet

Atención al cliente

1 Qué significa Servicio al Cliente

2 Tipos de clientes

3 Tipos de servicios

4 Fases del servicio al cliente

5 Fallos en la atención al cliente

6 Cara a cara. Servir con una sonrisa

7 Cara a cara. El cliente difícil

8 La carta