



Carval Formación sl

CUM
LAUDE

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AL SERVICIO DE LA GESTION COMERCIAL DE CLIENTES CON PRACTICAS

5.0 ★★★★★ [2 opiniones](#)

Curso · A Distancia

349 € IVA inc.

Descripción

Tipología	Curso
Nivel	Nivel intermedio
Metodología	A distancia
Duración	4 Meses
Inicio	Fechas a elegir
Prácticas en empresa	Sí
Campus online	Sí
Servicio de consultas	Sí
Tutor personal	Sí
Clases virtuales	Sí

La tecnología ha traído consigo una evolución y modernización de los tipos de software dedicados a la gestión del departamento comercial de cualquier empresa y hace que ya no sea necesario contar con diferentes aplicaciones que permitan gestionar y organizar las

diferentes informaciones importantes de una compañía.

Existen completas plataformas que permiten integrar en un mismo sistema decenas de tareas que en un pasado multiplicaban el tiempo y el personal implicados en la gestión. Además de múltiples canales de información para captar y fidelizar clientes, acceder a toda la información relacionada con los clientes, crear oportunidades nuevas de negocio, generar presupuestos y realizar llamadas de la centralita desde un mismo software.

Instalaciones y fechas

A distancia

INICIO

Fechas a elegir

Matrícula abierta

A tener en cuenta

¿Cuáles son los objetivos de este curso?



Preguntas & Respuestas

Opiniones

Raquel

5.0 ★★★★★ 19/11/2021

Sobre el curso: Este curso ha sido uno de los mejores que he realizado durante todo el año o quizás el tiempo. la razón por la que digo esto es porque desde el primer contacto me han tratado con total amabilidad además de los profesores siempre están por la labor de enseñarte y atenderte.

¿Recomendarías este curso?: Sí

Ana Gutierrez

5.0 ★★★★★ 18/11/2021

Sobre el curso: Quiero decir que acá los profesores se caracterizan por dar a una educación completa y un trato amable hacia el estudiante. En relación a la plataforma virtual puedo decir que es bastante accesible y fácil de utilizar, ya que te puedes conectar desde el móvil o desde el ordenador.

¿Recomendarías este curso?: Sí

*Todas las opiniones recogidas por Emagister & iAgora han sido verificadas

Logros de este Centro



¿Cómo se consigue el sello CUM LAUDE?



Materias

- ✓ CRM
- ✓ Fidelización
- ✓ Marketing relacional
- ✓ Argumentación de ventas
- ✓ Vinculación de clientes
- ✓ Podcasting
- ✓ Planificación de campañas
- ✓ Atención al cliente

✓ Distribucion de recursos

✓ Análisis de mercado

Profesores



Alberto Cubero

TUTOR

Temario

Planificación y organización de la acción comercial

Introducción.

La planificación comercial.

Determinar los objetivos comerciales.

Análisis del mercado.

Métodos de predicción de ventas.

Segmentación de clientes.

Distribución de recursos.

Plan de acción comercial.

Desarrollo del plan de acción comercial.

Fuentes de captación de clientes.

Argumentación de ventas.

Preparación de la visita comercial.

Herramientas de control y medición de la planificación comercial.

Resumen.

Proceso de gestión de ventas

Introducción.

Presentación de beneficios.

Reconfiguración: introducción. Objeciones.

Formalización del vínculo: el cierre.

Atención al cliente: Reconocer. Asumir. Informar. Comunicar. Emprender. Solucionar.

Resumen.

El CRM como herramienta de gestión y fidelización de clientes

Introducción.

¿Qué es un CRM?

Beneficios a la empresa.

Aplicaciones. ¿Cuándo y para qué se utiliza?

Marketing relacional y CRM.

Herramientas del marketing relacional.

Objetivos del marketing relacional y de las soluciones CRM.

El CRM y la fidelización de clientes.

El CRM y el aumento de las ventas.

El CRM y la calidad del servicio al cliente.

Resumen.

Estrategias comerciales y de marketing innovadoras centradas en el cliente

Introducción.

Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.

Las bases de datos y sistemas de explotación de la información.

Proceso de asesoramiento comercial a clientes.

Atención de las necesidades del cliente.

Incrementar el valor de los clientes actuales.

La venta cruzada.

Resumen.

Fidelización de clientes

Introducción.

Concepto de fidelización de clientes.

Los programas de fidelización.

Ventajas de la fidelización.

Vinculación de clientes.

Factores de fidelización.

Resumen.

La proactividad comercial como estrategia en la gestión y fidelización de clientes

Introducción.

La importancia de ser proactivo.

El esfuerzo continuado.

La orientación al cliente.

La imagen que transmitimos al cliente.

Planificación y optimización de recursos.

Diez puntos clave para ser proactivos.

La satisfacción de los clientes.

Resumen.

Definición de estrategias y aplicación de herramientas 2.0 en la gestión comercial

Introducción.

La web 2.0. Herramientas y aplicaciones en la relación comercial con clientes.

Aplicaciones comerciales de las redes sociales en la gestión comercial.

Aplicaciones comerciales de blogs, microblogging, foros y wikis.

Aplicaciones comerciales de plataformas de vídeo y fotografía.

Sindicación de contenidos y podcasting.

Beneficios del posicionamiento en buscadores.

Planificación de acciones y campañas.

Información adicional

H