Universidad Tecmilenio

Centro de Desarrollo de Competencias
Tecmilenio



RUTA DE FORMACIÓN EN

Líder Comercial y de Marketing

300 HORAS

COMPETENCIA PARA DESARROLLAR

Gestiona la fuerza de venta y programas de comercialización basados en la estrategia de marketing para ofrecer atención y servicio a los diferentes clientes.

CERTIFICADOS QUE LO INTEGRAN

Ventas
Competencia: Desarrolla estrategias para la realización del proceso de venta, su administración y control.

Servicio a Clientes
Competencia: Identifica a los clientes con la finalidad de aplicar herramientas de atención y servicio al cliente.

Marketing Digital
Competencia: Examina una campaña de marketing digital, evaluar su impacto y toma decisiones para la mejora continua."

OBJETIVOS

- Identificar la forma en que las marcas aprovechan la esfera digital para diseñar nuevas e innovadoras estrategias digitales.
- Desarrollar estrategias a través de las técnicas necesarias, para administrar y desarrollar eficientemente la relación con los clientes clave de la empresa.
- Establecer estrategias de negociación con el cliente.

BENEFICIOS

- En esta ruta de formación el aprendedor desarrollará campañas digitales, detectará áreas de oportunidad en la mercadotecnia, aprenderá las herramientas necesarias para administrar y controlar el proceso de venta y podrá determinar los criterios para conocer a los usuarios de un producto y a establecer las necesidades que requieren cubrir.

DIRIGIDO A

- **Profesionistas del área comercial y de marketing que quieran actualizar sus conocimientos y descubrir nuevas formas de vender, entender el mercado, desarrollar técnicas para fidelizar a los clientes y dirigir equipos de venta.**

DURACIÓN Y MODALIDAD

300 horas | Autodirigido

TEMARIO

Módulo	Tema
1	Neurolingüística.
2	Técnicas de cierre.
3	El rol de la administración de cuentas clave.
4	Motivación de la fuerza de ventas.
5	Evaluación del desempeño del vendedor.
6	El servicio de atención al cliente en la empresa.
7	Las necesidades de mis clientes.
8	La satisfacción del cliente interno y externo.
9	Medición de la satisfacción del cliente interno y externo.
10	Productividad y lealtad = mayor utilidad.
11	Hábitos del consumidor en Internet.
12	Sitios Web, landing page y usabilidad.
13	Plan de marketing digital.
14	Estrategia publicitaria para medios digitales.
15	Creando perfiles en redes sociales y campañas.