



Técnicas comerciales



Área: PYMES en general
Modalidad: Teleformación
Duración: 60 h
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Este Pack Formativo engloba los siguientes objetivos: ¿El cliente, lo más importante?. Sin duda, un buen slogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero ¿del dicho al hecho?? ¿Se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en ¿Atención al cliente? que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones? Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado. ¿No se vende más el mejor producto o servicio, sino el que mejor se sabe vender?. Esta máxima, en el mundo de la venta, es simplemente una realidad. Por un pequeño error se puede escapar una venta, de ahí la importancia de conocer las técnicas que dentro del marketing se dirigen a conseguir cerrar una venta. ¿Técnica de ventas? es eminentemente práctico, nos descubre todos los aspectos que un profesional de la venta debe dominar desde la planificación, la comunicación, el contacto, la presentación? hasta cómo superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta. En ¿Telemarketing? comenzaremos por obtener unos conocimientos imprescindibles sobre lo que se denomina Marketing ¿conjunto de gestiones y técnicas fundadas en el conocimiento del mercado, cuyo objeto es la determinación de una estrategia comercial?. Telemarketing se refiere, por tanto, al uso del teléfono en la estrategia comercial y en la comunicación con el cliente. Este programa formativo es muy completo pues también se analiza la conducta del consumidor, la fidelización y satisfacción del cliente, cómo tratar la reclamación, las técnicas de venta en general así como lo que actualmente se denomina e-marketing y que trata el marketing en Internet.

CONTENIDOS

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
Técnicas de ventas: 1 Aspectos básicos de la venta 2 La planificación 3 La comunicación 4 Contacto o aproximación 5 Presentación y demostración 6 Las objeciones I 7 Las objeciones II 8 Técnicas frente a las objeciones 9 El cierre de la venta 10 Otros modelos de ventas
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

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el

resto de usuarios.

- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida.** Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso.** De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.