

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS (90h)

Objetivos

- Aplicar técnicas de organización de las acciones de venta a partir de parámetros comerciales definidos en una planificación y el posicionamiento del pequeño negocio.
- Analizar los medios e instrumentos necesarios para el desarrollo de acciones comerciales habituales en pequeños negocios o microempresas, en función de las variables a tener en cuenta para su adecuada gestión
- Definir procedimientos de actuación con 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 diferentes acciones comerciales, de venta y de atención al cliente y situaciones de quejas y reclamaciones, y elaborando la documentación correspondiente utilizando aplicaciones ofimáticas específicas.

Unidades Didácticas

- 1. PLANIFICACIÓN COMERCIAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS**
 - 1.1 Organización de la actividad de ventas.
 - 1.2 La cartera de clientes. Clasificación y tratamiento.
 - 1.3 Utilidades y prestaciones de las herramientas informáticas y ofimáticas para la gestión de clientes.
 - 1.4 Estrategia de ventas.
 - 1.5 Habilidades sociales en el trato con el cliente.
- 2. MARKETING Y COMUNICACIÓN EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS**
 - 2.1 Las acciones comerciales publicitarias en pequeños negocios o microempresas.
 - 2.2 Planificación de la publicidad y promoción del producto/servicio.
 - 2.3 Variables que intervienen en el diseño publicitario comercial.
 - 2.4 Técnicas de elaboración del mensaje.
 - 2.5 La utilidad de la ofimática en el diseño publicitario.
- 3. ATENCIÓN AL CLIENTE Y FIDELIZACIÓN EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS**
 - 3.1 El proceso de comunicación en la atención al cliente.
 - 3.2 Los protocolos de actuación en la atención al cliente.

- 3.3 El servicio de atención al cliente.
- 3.4 Identificación de intereses y necesidades del cliente.
- 3.5 Las reclamaciones y quejas.
- 3.6 Técnicas de fidelización en la atención al cliente.
- 3.7 Seguimiento y control del grado de satisfacción de clientes.

4. **TÉCNICAS DE VENTA, CANALES Y SERVICIO POSTVENTA**

- 4.1 Fases del proceso de venta.
- 4.2 Los canales de venta y su procedimiento específico en el cierre de operaciones.
- 4.3 Técnicas de negociación con el cliente.

5. **GESTIÓN COMERCIAL DE PEQUEÑOS NEGOCIO O MICROEMPRESAS**

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

 **Precio: 190**