

CREACIÓN Y GESTIÓN DE MICROEMPRESAS: T-Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas

Objetivos

- Aplicar las técnicas de organización de las acciones de venta a partir de parámetros comerciales definidos en una planificación y el posicionamiento del pequeño negocio.
- Conocer y analizar los medios e instrumentos necesarios para el desarrollo de acciones comerciales habituales en pequeños negocios o microempresas, en función de las distintas variables a tener en cuenta para su adecuada gestión.
- Definir los procedimientos de actuación con los distintos 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 las diferentes acciones comerciales, de venta y de atención al cliente y situaciones de quejas y reclamaciones.
- Aprender a elaborar y cumplimentar la documentación comercial soporte de las operaciones comerciales, de venta y de atención al cliente, empleando cuando sea posible las aplicaciones ofimáticas adecuadas, y conocer los procedimientos de archivo y registro de la documentación comercial generada.

Contenidos

Planificación comercial en pequeños negocios o microempresas

Organización de la actividad de ventas.

La cartera de clientes. Clasificación y tratamiento.

Utilidades y prestaciones de las herramientas informáticas y ofimáticas para la gestión de clientes.

Estrategia de ventas.

Habilidades sociales en el trato con el cliente.

Marketing y comunicación en pequeños negocios o microempresas

Las acciones comerciales publicitarias en pequeños negocios o microempresas.

Planificación de la publicidad y promoción del producto/servicio.

Variables que intervienen en el diseño publicitario comercial.

Técnicas de elaboración del mensaje.

La utilidad de la ofimática en el diseño publicitario.

Atención al cliente y fidelización en pequeños negocios o microempresas

El proceso de comunicación en la atención al cliente.

Los protocolos de actuación en la atención al cliente.

El servicio de atención al cliente

Identificación de intereses y necesidades del cliente.

Las reclamaciones y quejas.

Técnicas de fidelización en la atención al cliente.

Seguimiento y control del grado de satisfacción de clientes.

Técnicas de venta, canales y servicio postventa

Fases del proceso de venta.

Los canales de venta y su procedimiento específico en el cierre de operaciones.

Técnicas de negociación con el cliente.

Gestión comercial de pequeños negocio o microempresas

La documentación comercial en los pequeños negocios o microempresas.

Registro y seguimiento de las reclamaciones y quejas.

Aplicaciones específicas en la gestión comercial: clientes, ventas, quejas y reclamaciones.