

Modalidad: curso e-Learning Duración: 90 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de comercializar productos y servicios en pequeños negocios o microempresas. En concreto el alumno será capaz de: 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.

CONTENIDOS

UD1. 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. UD2. 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. UD3. 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. UD4. 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. UD5. 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.

