

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is at the top right, and a grey shape is at the top left. A large grey shape is in the middle, and a teal shape is at the bottom right. The text is centered in the white space between these shapes.

Guía didáctica

COMT040PO. Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial

INTRODUCCIÓN

A lo largo de este curso veremos como la gestión de ventas, el marketing directo y las redes sociales en la gestión comercial, forman parte de un escenario, que actualmente, es necesario no solo para modificar la toma de conciencia del punto en el que nos encontramos, sino las estrategias que han de llevarnos hacia un futuro que cada vez es más tecnológico, sabiendo que habrá que recurrir a perfiles especializados en estas áreas, si pretendemos introducirnos o en su caso, mantenernos en el mundo de lo comercial y las marcas.

OBJETIVO GENERAL

Aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de la relación con los clientes.

CONTENIDO FORMATIVO

COMT040PO	Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial	100 horas
UA1	<p>Gestión de la venta y su cobro. Atención de quejas y reclamaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gestión comercial • La “conciencia comercial”: ¿que supone concebir la relación con los clientes desde una perspectiva comercial? • Que es vender. Nuevas formas comerciales. Proceso de compra – venta • Tipología de la venta. La venta personal • El punto de venta y el merchandising • Organización del trabajo: Gestión de la cartera de clientes • La relación con el cliente • Calidad del servicio al cliente • Perfil del cliente actual • Derechos y obligaciones del cliente • Tipología de comportamientos del cliente y estrategias de gestión • Instituciones y servicios de protección al consumidor • Servicio de atención al cliente. Quejas y reclamaciones • Procedimiento y normativa en los procesos de reclamación. Documentos necesarios • Habilidades de comunicación en el servicio de atención al cliente • La comunicación: Instrumentos de relación y atención al cliente • El lenguaje positivo • Los diferentes estilos de comunicación • Técnicas de negociación • El manejo y la resolución de conflictos • La conducta de los clientes en situaciones difíciles • Instrumentos para hacer frente a las situaciones difíciles • El proceso de atención de quejas y reclamaciones 	25,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	27

COMT040PO	Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial	100 horas
UA2	<p>Herramientas de la gestión comercial. Seguimiento después de eventos o acciones comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El plan de marketing como herramienta de gestión • Introducción al marketing • El plan estratégico de Marketing en la empresa: Objetivos, fases, implementación • Seguimiento y control del plan de Marketing • Políticas de Marketing • Estrategias de Marketing • La gestión comercial • Investigación y estudio de mercados y su segmentación • Logística comercial • Control y gestión presupuestaria • La oferta comercial • Política de productos • El departamento comercial • Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales • Organización y planificación de eventos • Definición, difusión y desarrollo de los eventos de una organización • Identidad grafica de los eventos • Protocolo de empresa • Participación en eventos extranjeros e internacionales • Evaluación de eventos • La comunicación en Marketing • Estrategias y herramientas • Hablar en público 	31,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	33

COMT040PO	Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial	100 horas
UA3	Marketing directo <ul style="list-style-type: none"> • El marketing directo como parte del plan de marketing • Introducción al Marketing Directo • El micromarketing y su aplicación estratégica • Marketing Relacional • El plan de marketing directo • Definición, estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo • Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos • Planificación de Campañas • Los Medios del Marketing Directo (prensa, e-mailings, buzoneo, mobile marketing, etc.) • Marketing On-line • Análisis de Resultados • Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas • Estrategias de interacción con los clientes • Generación, gestión y comunicación de contactos • Listas y bases de datos • Fidelización de clientes • La implementación de un CRM • Ley de Protección de datos 	18
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	19,5
	UA4	Marketing digital. Utilización de las Redes Sociales y otras herramientas Web en la gestión comercial y de Marketing <ul style="list-style-type: none"> • La web 2.0 en la empresa • La evolución técnica de la Web.1 • Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0 • Extender el trabajo de nuestra empresa • Marketing en medios sociales – crear contenidos y conversar • El social media

COMT040PO	Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial	100 horas
	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales • Gestión de redes sociales • Marketing 2.0: Marketing en la red • Marketing en medios sociales- escuchar y medir • Como evaluar nuestro trabajo de social media • Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media • Gestión de Crisis • Apuntes legales del Social Media 	
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	18,5
	Prueba final de evaluación	1
	Actividad practica de evaluación final	1