



FIDELIZACIÓN Y GESTIÓN DE CLIENTES

■ OBJETIVO GENERAL

Reconocer las fases del proceso de venta, desde la detección de las necesidades del cliente, el contacto efectivo, la resolución de objeciones y/o conflictos y el cierre de ventas.

Generar habilidades técnicas que permitan una ventaja competitiva dirigida hacia la creación de valor en productos y servicios, construyendo relaciones de confianza con su cliente, a través de la aplicación de conceptos, tales como: valor agregado, fidelización y marketing relacional.

■ CONTENIDOS

Módulo I Desde el marketing hacia las Ventas

- Comprender las ventas como una potente herramienta de generación de valor y fidelización de clientes
- Marketing concepto, evolución y desarrollo
- Análisis del entorno y competitivo
- Segmentación de mercado
- Variables operativas del marketing

Módulo II Servicio al cliente y Ventas

- La comunicación aplicada a atender y servir de forma personalizada a los clientes.
- Comunicación efectiva.
- Servicio básico y ampliado.
- Calidad y valor en servicio al cliente.
- Evaluando los servicios, los siete pecados y el decálogo de los servicios.

Módulo III Técnicas de Ventas

- El proceso de ventas desde la prospección hasta la pos venta
- Las ventas como una tradicional y potente herramienta comercial de las empresas.
- Organización, selección y trabajo de un equipo de ventas.
- Características y condiciones de un vendedor.
- Evaluación de la fuerza de ventas.

Módulo IV Fidelización, conectado emocionalmente con el cliente

- Desarrollar estrategias de relacionamiento a largo plazo con los clientes
- Fidelización de clientes.
- Excelencia en el proceso comercial.
- Plan de fidelización de clientes.
- Programas para recuperar y rescatar clientes insatisfechos.



FIDELIZACIÓN Y GESTIÓN DE CLIENTES

METODOLOGÍA

Nuestra estrategia de formación estará orientada a poner en común los criterios, metodologías y protocolos desarrollados por cada participantes del curso para alcanzar los productos esperados relativos a servicio al cliente, fidealización y ventas.

Clases Teóricas

El 70% de clases son teóricas equivalentes a 28 horas.

Clases Prácticas.

El 30% de clases son teóricas equivalentes 12 horas.