



Curso ICA de:

TÉCNICO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN
COMERCIAL

DURACIÓN: 150 HORAS

OBJETIVOS

- ✓ Dotar al alumno de herramientas prácticas para llevar a cabo una venta eficaz en la empresa.
- ✓ Dominar el proceso de Comunicación de enfoque directo a la venta como clave de la actividad comercial.
- ✓ Planificar y desarrollar de manera óptima las Entrevistas comerciales.
- ✓ Conocer las diferentes Técnicas de Negociación como labor comercial principal.
- ✓ Estudiar y analizar la figura del consumidor.
- ✓ Tomar conciencia de la importancia del Servicio de Atención al Cliente y la fidelización en la actividad comercial así como las principales herramientas para desarrollar su efectividad
- ✓ Conocer las herramientas más utilizadas en la Gestión de Cartera de Clientes.

CONTENIDOS

GESTIÓN ESTRATEGICA COMERCIAL

MÓDULO I – COMUNICACIÓN DE ENFOQUE DIRECTO A VENTAS

- ✓ Flujos de comunicación. Análisis del proceso de comunicación
- ✓ Obstáculos de la comunicación
- ✓ Intercambio de estímulos y mensajes
- ✓ La comunicación comercial

MÓDULO II – LAS ENTREVISTAS COMERCIALES/VENTAS

- ✓ Planteamiento y desarrollo de la entrevista
- ✓ La estructura de la entrevista de ventas
- ✓ La venta telefónica

MÓDULO III – TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL

- ✓ Conceptos básicos de negociación
- ✓ Tipos de negociación
- ✓ Fases y tipos de la negociación
- ✓ Herramientas y tácticas de negociación
- ✓ La negociación Internacional

MÓDULO IV – COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- ✓ Conceptos básicos
- ✓ Necesidades, motivaciones, deseos y demandas
- ✓ Proceso de toma de decisiones del consumidor

MÓDULO V – EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- ✓ Introducción: El servicio de atención al cliente en los procesos de compraventa
- ✓ El servicio postventa
- ✓ Tratamiento de las reclamaciones
- ✓ Control de la calidad del servicio

MÓDULO VI – LA GESTIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES

- ✓ La cartera de clientes
- ✓ Clasificación de la cartera de clientes.
- ✓ La gestión de la cartera de clientes

MÓDULO VII – HABLAR EN PÚBLICO

- ✓ Introducción
- ✓ Miedo a hablar en público
- ✓ Preparación de la intervención
- ✓ Estilo
- ✓ El público
- ✓ El lugar y duración de la intervención
- ✓ Duración de la intervención
- ✓ La exposición

DIRECCIÓN COMERCIAL

MÓDULO I – INTRODUCCIÓN AL MARKETING

- ✓ Introducción
- ✓ Evolución del Marketing
- ✓ El Marketing en los Sistemas Económicos
- ✓ Funciones del Marketing

MÓDULO II – INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- ✓ La Investigación de Mercados
- ✓ Planificación
- ✓ Fuentes de Información
- ✓ Métodos de Obtención de Información

MÓDULO III – MARKETING ESTRATÉGICO

- ✓ Introducción
- ✓ Selección y Segmentación de Mercados
- ✓ Estrategias de Desarrollo
- ✓ Herramientas de Análisis Estratégico

MÓDULO IV – POLÍTICA DE PRODUCTO

- ✓ Definición
- ✓ Características de los Productos
- ✓ Clasificación
- ✓ Gamas, Líneas y Productos
- ✓ Análisis de la Cartera de Productos

MÓDULO V – POLÍTICA DE PRECIO

- ✓ Introducción
- ✓ Fijación de Precios
- ✓ Estrategias
- ✓ Precios Psicológicos y Precios Redondos

MÓDULO VI – PROMOTION

- ✓ La Política de Comunicación
- ✓ Publicidad
- ✓ Promoción de Ventas
- ✓ Relaciones Públicas

MÓDULO VII – POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

- ✓ Introducción
- ✓ Canales de Distribución
- ✓ Distribución Física
- ✓ Estrategias

MÓDULO VIII – HABILIDADES DE DIRECCIÓN

- ✓ Introducción
- ✓ Las Funciones y la Autoridad del Directivo
- ✓ Liderazgo situacional
- ✓ Motivación
- ✓ Trabajo en Equipo

MÓDULO IX – DIRECCIÓN DE VENTAS

- ✓ Organización del Equipo de Ventas
- ✓ El Control de la Función Ventas
- ✓ El Tamaño de la fuerza de Ventas.