

Duración

50 horas

Objetivos

Conocer la importancia de mantener al cliente actual con un grado de satisfacción adecuado. Abordar los aspectos estratégicos y tácticos de las técnicas de fidelización de clientes.

Contenidos

- ✔ **La Empresa.**
 - ✔ Definición de Empresa.
 - ✔ Tipos de Empresa.
 - ✔ El Entorno de la Empresa.

- ✔ **La Actividad Comercial de la Empresa.**
 - ✔ El Marketing.
 - ✔ Determinantes del Marketing.
 - ✔ Políticas de Producto.
 - ✔ Políticas de Precio.
 - ✔ Políticas de Promoción.
 - ✔ Políticas de Distribución.

- ✔ **Comportamiento de Compra y Venta: el Vendedor.**
 - ✔ Perfil del Vendedor.
 - ✔ Motivaciones del Vendedor.
 - ✔ Medios de Comunicación.
 - ✔ Técnicas de Afirmación de la Personalidad.

- ✔ **Comportamiento de Compra y Venta: el Comprador.**
 - ✔ Móviles y Motivaciones de Compra.
 - ✔ Hábitos de Compra.
 - ✔ Actitudes del Consumidor.
 - ✔ Tipologías de Consumidores.

- ✔ **La Venta Directa.**
 - ✔ Introducción.
 - ✔ La Acogida.
 - ✔ La Argumentación.
 - ✔ La Demostración.
 - ✔ El Cierre de la Venta.

- ✔ **Técnicas de Comunicación.**
 - ✔ Introducción.
 - ✔ Elementos de Comunicación.

- ✓ El Proceso de Comunicación. Barreras de Comunicación. Niveles de Comunicación. Actitudes y Técnicas Favorecedoras de la Comunicación. Los Sistemas de Comunicación. Tipos de Reuniones.

- ☑ **El seguimiento de la Venta.**
 - ✓ Introducción.
 - ✓ Cumplir lo Acordado.
 - ✓ Mantener la Confianza.
 - ✓ El Servicio Postventa.
 - ✓ Las Reclamaciones.