

GESTIÓN DE VENTAS Y MARKETING DIRECTO. (60 HORAS)

OBJETIVOS:

1. Aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes.
2. Comprender los principios básicos de la gestión comercial y su importancia en el éxito de una empresa.
3. Entender el papel del plan de marketing como una herramienta fundamental para la gestión comercial.
4. Identificar estrategias de interacción con los clientes a través del marketing directo para maximizar el impacto y la respuesta del público objetivo.

CONTENIDOS:

Módulo 1. Gestión de la Venta y su Cobro. Atención de Quejas y Reclamaciones.

- La gestión comercial.
- La relación con el cliente.
- Servicio de atención al cliente.
- Quejas y reclamaciones.

Módulo 2. Herramientas de la Gestión Comercial. Seguimiento Después de Eventos.

- El plan de marketing como herramienta de gestión.
- La gestión comercial.
- Planificación y desarrollo de eventos y actos comerciales.
- La comunicación en marketing.

Módulo 3. Marketing Directo.

- El marketing directo como parte del plan de marketing.
- El plan de marketing directo.
- Estrategias de interacción con los clientes.