

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

Modalidad: curso e-Learning Duración: 100 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

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

CONTENIDOS

UD1. Gestión de la Venta y su Cobro. Atención de Quejas y Reclamaciones.

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

UD2. Herramientas de la Gestión Comercial. Seguimiento Después de Eventos.

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

UD3. Marketing Directo.

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

UD4. Marketing Digital. Utilización de las Redes Sociales y Otras Herramientas Web en la Gestión Comercial y de Marketing.

- 4.1. La web 2.0 en la empresa.
- 4.2. Marketing en medios sociales - crear contenidos y conversar.
- 4.3. Marketing en medios sociales - escuchar y medir.