

ESQUEMA

Herramientas tecnológicas al servicio de la gestión comercial de clientes

1. Planificación y organización de la acción comercial

- 1.1. La Planificación Comercial.
- 1.2. Determinar los Objetivos Comerciales.
- 1.3. Análisis del Mercado.

2. Proceso de gestión de ventas

- 2.1. Presentación de beneficios: Introducción. Argumentos de ventas. Argumentación y proceso de venta.
- 2.2. Reconfiguración: Introducción. Objeciones.

3. El CRM como herramienta de gestión y fidelización de clientes

- 3.1. ¿Qué es un CRM?
- 3.2. Beneficios la empresa.
- 3.3. Aplicaciones. ¿Cuándo y para qué se utiliza?

4. Estrategias comerciales y de *marketing* innovadoras centradas en el cliente

- 4.1. Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.
- 4.2. Las bases de datos y sistemas de explotación de la información.

5. Fidelización de clientes

- 5.1. Concepto de fidelización de clientes.
- 5.2. Los programas de fidelización.
- 5.3. Ventajas de la fidelización.

6. La proactividad comercial como estrategia en la gestión y fidelización de clientes

- 6.1. La importancia de ser proactivo.
- 6.2. El esfuerzo continuado.
- 6.3. La orientación al cliente.

7. Definición de estrategias y aplicación de herramientas 2.0 en la gestión comercial

- 7.1. La *web* 2.0. Herramientas y aplicaciones en la relación comercial con clientes.
- 7.2. Aplicaciones comerciales de las redes sociales en la gestión comercial.
- 7.3. Aplicaciones comerciales de *blogs*, *microblogging*, foros y wikis.