

# PLANIFICACIÓN COMERCIAL EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS



**SKU:** CT0628

**Horas:** 20

## DIRIGIDO A

## COMPETENCIAS

## CONTENIDO

1. Organización de la actividad de ventas.
  - 1.1. Líneas de tendencia del mercado.
  - 1.2. Identificación de las fuentes de información en la localización de clientes.
  - 1.3. La competencia potencial: fortalezas, debilidades y técnicas de venta.
  - 1.4. Los volúmenes previsibles de compra.
  - 1.5. Estudio comparativo de competencia y propio negocio/servicio.
2. La cartera de clientes. Clasificación y tratamiento.
  - 2.1. Clientes reales.
  - 2.2. Clientes potenciales.
  - 2.3. Clientes nuevos.
  - 2.4. Clientes pasivos.
  - 2.5. Clientes inactivos.
  - 2.6. Clientes especiales.
3. Utilidades y prestaciones de las herramientas informáticas y ofimáticas para la gestión de clientes.
  - 3.1. La aplicación informática CRM (Customer Relationship Management).
  - 3.2. Los procesadores de textos en las comunicaciones con el cliente.
  - 3.3. La hoja de cálculo en la actividad administrativa.
  - 3.4. Las bases de datos relacionales en la gestión de clientes e informes.
4. Estrategia de ventas.
  - 4.1. El planteamiento de objetivos a alcanzar en el mercado potencial.

- 4.2. La programación de realizaciones con metas parciales.
- 4.3. La preparación de la argumentación para el cliente.
- 4.4. La previsión de respuesta a las objeciones del cliente.
- 4.5. El presupuesto económico de la actividad de venta.
- 4.6. El seguimiento y control periódico de la acción de comercial.
- 5. Habilidades sociales en el trato con el cliente.
  - 5.1. La comunicación verbal.
  - 5.2. El lenguaje no verbal.
  - 5.3. Importancia de la imagen proyectada al cliente y sus consecuencias.