



OBJETIVOS

Brindar a los participantes, una sólida formación en esta temática. Nos estamos refiriendo a las áreas de ventas atención al cliente, negociación y marketing. Nos movemos en un mercado altamente competitivo, y es muy probable que un departamento de ventas bien estructurado, con vendedores capacitados para desempeñar la función, sumado a una buena atención al cliente, haga la diferencia con relación a nuestros competidores. Se busca brindar herramientas que se adecuen a las nuevas realidades para desempeñarse en el área de marketing de una organización privada o pública.



METODOLOGÍA

Curso Online, teórico-práctico. Intensa actividad práctica con ejercicios de aplicación, para favorecer la rápida incorporación de los conceptos.



¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO?

El Diploma Técnico en Marketing y Ventas, está dirigido a todas aquellas personas vinculadas al área comercial de empresas industriales, comerciales y de servicios: Jefes, Supervisores de Ventas, Vendedores, o quienes aspiren a serlo. Personas que traten con el público ya sea personalmente o por teléfono. También es apropiado para aquellas personas que quieren iniciar su actividad en el área comercial.



CERTIFICACIÓN

Técnico en Marketing y Ventas.



INICIO, DURACIÓN Y FRECUENCIA

Duración: 26 clases. - Fecha: 10 de setiembre al 11 de noviembre

Frecuencia: 2 clases sincrónicas por semana – Lunes y jueves de 19 a 20:30 hs. + Clases grabadas.



CONTENIDO

Técnicas para Optimizar sus Ventas	Principios Esenciales de Marketing	Estrategias Exitosas de Publicidad y Promoción	Neuromarketing y Neuroventas
Excelencia en la Atención al Cliente	Marketing en Empresas de Servicios y Boca a Boca	Marketing Relacional y Fidelización de Clientes	



COSTO DEL CURSO Y FORMAS DE PAGO

FORMAS DE PAGO	COSTO DEL CURSO
Crédito	4 Cuotas de \$ 2.500.- (Total: \$ 10.000)
Contado 10% OFF	\$ 9.000.-

DESCUENTO POR GRUPO

Los descuentos no son acumulables con otras promociones, y se aplican en todas las modalidades de pago.

2 participantes – 5% de descuento

3 a 6 participantes – 10% de descuento

7 a 9 participantes – 15% de descuento



TEMARIO

Técnicas para optimizar sus ventas

- ¿Qué debe conocer un vendedor profesional?
- Técnicas de ventas efectivas.
- El proceso de la venta. Señales de compra.
- Cómo llamar la atención del consumidor en los primeros 30 segundos.
- Manejo efectivo de las objeciones.
- Los mejores cierres de ventas.
- Venta de productos adicionales.
- Reactivación de clientes inactivos.

Principios esenciales del marketing

- Definición.
- Marketing estratégico y operativo.
- Mercado.
- Tamaño del mercado. Posicionamiento.
- Segmentación. Niveles de segmentación.
- Las 4 p. Producto, distribución, pricing, promoción. Marcas.

Estrategias de publicidad y promoción

- Comunicaciones integradas de marketing.
- Publicidad.
- Características y objetivos principales.
- Tipos de publicidad.
- Presupuesto. Mensaje. Medios.
- Promoción de ventas.
- Objetivos de la promoción de ventas.
- Tipos de promociones: muestras / degustaciones.
- Cupones. Regalos. Premios (concursos, sorteos, juegos).
- Prueba sin costo.
- Marketing directo.
- De la masa al cliente personalizado.
- Definiciones. Diferencias entre el marketing directo y el marketing general.
- Ventajas del marketing directo.
- Relaciones públicas. Principales herramientas. Eventos. Publicaciones. Noticias. Conferencias.

Neuromarketing y neuroventas - Cómo venderle a la mente del consumidor

- Fundamentos de neurociencia aplicados al marketing.
- Qué es neuromarketing.
- Cómo funciona el cerebro. Tres niveles cerebrales.
- ¿Por qué realmente compramos?
- Consejos de la neurociencia para vender más.
- Las emociones en la toma de decisiones.
- Los colores, los olores y los sonidos.
- Estructura de un speech de neuroventas.
- Aplicaciones del neuromarketing.

Marketing relacional y fidelización del cliente

- Cómo relacionarnos con nuestro cliente.
- Relación emocional / experiencial.
- Del marketing 1.0 y 2.0, al marketing 3.0.
- Herramientas de gestión crm y sistemas de control.
- La nueva herramienta relacional: el customer experience management.
- Estrategias de fidelización.
- Fidelización transaccional vs. Fidelización emocional.
- Las nuevas herramientas de fidelización.
- Cómo desarrollar un programa de fidelización. ¿
- Fidelizar es crear una tarjeta de puntos?
- El nuevo modelo táctico de fidelización.
- Variables de la fidelización.
- Tendencias que seguirán creciendo.
- Casos exitosos.

Excelencia y calidad en la atención al cliente

- La importancia de un servicio de excelencia.
- Las horas de la verdad.
- Actitud, clave para el éxito.
- Técnicas que crean relacionamiento.
- Protocolo para recibimiento en el local.
- Tipología de clientes.
- Manejo de clientes enojados.
- Las claves de un email efectivo.
- La presentación ideal.
- Anticiparse a futuras preguntas.
- Proceso de la llamada de atención telefónica.
- Lo que se debe hacer y lo que no.
- Exceder expectativas.

Marketing de empresas de servicios y marketing boca a boca

- Clasificación de los servicios.
 - Características de los servicios.
 - Servucción.
 - Elementos del sistema de servucción.
 - Las horas de la verdad.
 - El personal de contacto.
 - Funciones del personal de contacto.
 - El caso Disney
- La evolución del boca a boca hasta nuestros días.
 - ¿Qué es el marketing boca a boca?
 - ¿Por qué el boca a boca funciona?
 - ¿Por qué algunos productos tienen éxito cuando otros fallan?
 - ¿Cómo generar el boca a boca?
 - Tipos de WOM (word of mouth).
 - Los elementos del boca a boca.
 - Los principios del contagio.
 - ¿Qué es lo que hace que un producto, marca o idea se transmita?



IMPORTANTE

El área académica del Instituto podrá, si lo considera pertinente, cambiar o ajustar los contenidos, cargas horarias y metodologías de los cursos, para el normal, o mejor desarrollo de las actividades o la actualización de los mismos.

Renglón Uno, se reserva el derecho de realizar modificaciones de fechas, horarios de los cursos.

La confirmación de los cursos en los horarios y grupos ofrecidos está sujeta a un nivel mínimo de inscripciones que habiliten su funcionamiento, determinado por Renglón Uno. En el caso de no haber la cantidad de inscriptos necesarios para iniciar los cursos, una vez cancelada la actividad, se devolverá el dinero, a quienes hubiesen pagado la inscripción.

El Título se entregará a quienes asistan a todas las materias que componen el Diploma, con una asistencia superior al 70% y aprueben las evaluaciones que se realizan durante el curso.

Inscriptos en el Ministerio de Educación y Cultura Registro n° 3059 al sólo efecto de Exoneración de Impuestos (Art. 448, Ley n°. 16.226).

Los gastos con capacitación de dependientes regulares de empresas, son pasibles de deducción en la liquidación del IRAE.

Inscriptos en el Registro Único de Entidades de Capacitación (RUEC) del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social N° 1336. Inscriptos en el Registro Único de Proveedores del Estado (RUPE).

Inscriptos en Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP) N° 003.