

Ficha de curso

## TECNICAS DE VENTA Y MARKETING 3.0 – COMERCIAL DE EMPRESA

### **Descripción**

Esta formación sobre Técnicas de Venta y Marketing 3.0 te proporcionará las habilidades necesarias para cultivar la relación personal con el cliente, conocer la situación y motivaciones del mismo, transmitirle beneficios y soluciones y convertir personas indiferentes en clientes satisfechos.

Las técnicas de venta, las habilidades y las competencias del vendedor basan en la comunicación, la relación personal y la confianza. Esas son las habilidades de venta críticas. Para ejercer esa influencia, el comercial será capaz de relacionar las necesidades y la psicología del cliente, con su producto.

Sumando estas capacidades a los conocimientos del marketing 3.0, conseguimos crear sinergias que captar un mayor número de clientes. El marketing se ha transformado una vez más en respuesta de la nueva dinámica del mercado, y ahora vemos cómo las empresas amplían su foco de negocio hacia asuntos más humanos, donde la rentabilidad debe estar equilibrada con la responsabilidad corporativa.

### **Objetivos**

- \* Facilitar una visión creativa que te permita liderar a un equipo humano el entorno con una mentalidad innovadora.
- \* Proporcionar conocimientos sólidos, necesarios para desarrollar tu carrera en Dirección de Marketing y aportar una visión integrada de la función de Marketing dentro de la empresa.
- \* Desarrollar las capacidades y competencias estratégicas y directivas.
- \* Desarrollar conocimientos específicos y ajustados a las actuales demandas de conocimiento y requisitos de un mercado en continuo cambio.

### **Audiencia**

Todos los públicos

### **Prerrequisitos**

No se requiere conocimientos previos.

**Horas: 40**

**Tutor:**

Contenido: Pablo Daniel Santiago Sánchez DNI 71639943-A

Metodología: Judit Alvarez López DNI 53649427-H

## **Contenido**

Módulo 1 - Historia y definición

1.1 Evolución histórica y definición de Marketing

1.2 Alcance del Marketing

Caso Practico Brave Heart Tarea

Autoevaluación Módulo 1 Cuestionario

Módulo 2 - El Producto

2.1 El Producto

2.2 Diferenciación y posicionamiento del producto

2.3 Desarrollo del producto

Caso Práctico - Análisis de un producto Tarea

Autoevaluación Módulo 2 Cuestionario

Módulo 3 - Distribución comercial

3.1 Canal de Distribución

3.2 Merchandising

Autoevaluación Módulo 3 Cuestionario

Módulo 4 - El comportamiento del consumidor

4.1 El comportamiento del consumidor

Ejemplo para el Caso Práctico: El comportamiento del consumidor

Caso Práctico: Comportamiento del consumidor Tarea

Autoevaluación Módulo 4 Cuestionario

## Módulo 5 - Plan de Marketing

### 5.1 El Plan de Marketing

### 5.2 Etapas del Plan de Marketing

### 5.3 Implementación del plan de Marketing

### Caso Práctico: "En busca de la Felicidad" II Tarea

### Autoevaluación Módulo 5 Cuestionario

### Estudio de Caso 1 - Masterclass Elaboración de un plan de Marketing

### Autoevaluación Estudio de caso 1 Cuestionario

### Estudio de Caso 2 - Masterclass Implementación de un plan de Marketing

### Autoevaluación Estudio de Caso 2 Cuestionario

## Módulo 6 - Marketing 3.0

### 6.1 Fundamentos del Marketing 3.0

### 6.2 Estrategias del Marketing 3.0

### 6.3 Aplicaciones del Marketing 3.0

### 30 errores en Marketing online- por Bruno Vázquez - Congreso Web 2015

### Caso Práctico: Marketing 3.0 Tarea

### Autoevaluación módulo 6 Cuestionario

## Examen Final Cuestionario