



Gestión de la venta y su cobro. Atención de quejas y reclamaciones

La venta no termina cuando el cliente decide comprar. El cobro, la atención posterior y la correcta gestión de incidencias forman parte de una experiencia comercial completa. Este curso reúne técnicas de venta, atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.

Código Acción: ADGD122PO

Familia profesional: Administración y gestión

Área profesional: Administración y auditoría

Duración: 30 horas

Módulos: 4 bloques de contenidos

Modalidad: Presencial / Teleformación



Especialmente indicado para:

Profesionales de ventas, comercio, administración comercial, atención al cliente y personal encargado de gestionar cobros, incidencias o reclamaciones.

¿Qué mejora aporta este curso?

Ayuda a mejorar la relación comercial durante todo el ciclo de venta, profesionalizar la atención al cliente y convertir incidencias y reclamaciones en oportunidades para recuperar la confianza y favorecer la fidelización.

Necesidades de formación que cubre:

Permite mejorar la gestión comercial, comprender el proceso de venta, desarrollar una relación eficaz con los clientes y resolver de forma profesional quejas, reclamaciones y situaciones conflictivas.

Objetivos:

- Comprender el proceso comercial y de compraventa.
- Mejorar la gestión de clientes.
- Desarrollar habilidades de comunicación.
- Conocer los procedimientos de reclamación.
- Gestionar conflictos con clientes.
- Aplicar herramientas de marketing y seguimiento comercial.
- Utilizar canales digitales en la gestión comercial.

Contenidos:

1. Gestión de la venta y su cobro. Atención de quejas y reclamaciones

- Gestión comercial y proceso de compraventa.
- Tipologías de venta.
- Punto de venta y merchandising.
- Gestión de cartera de clientes.
- Calidad del servicio.
- Tipologías de clientes.
- Protección del consumidor.
- Procedimientos de reclamación.
- Comunicación y negociación.
- Resolución de conflictos.

2. Herramientas de la gestión comercial y seguimiento

- Plan de marketing.
- Políticas y estrategias comerciales.
- Investigación y segmentación de mercados.
- Logística comercial.
- Presupuestos y oferta comercial.
- Organización de eventos.
- Comunicación de marketing.

3. Marketing directo

- Marketing relacional.
- Planificación de campañas.
- Medios de marketing directo.
- Marketing online.
- Bases de datos.
- Fidelización.
- CRM.

4. Marketing digital y redes sociales en la gestión comercial

- Web 2.0.
- Social media.
- Gestión de redes sociales.
- Marketing 2.0.
- Medición de resultados.
- Gestión de crisis y aspectos legales.