

## CURSO DE ESPECIALISTA EN ESTUDIOS DE MERCADO, ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y VENTAS



### DATOS DEL CURSO

#### OBJETIVOS

- Aprender a hacer análisis de ventas y estudio de mercado.
- Diseñar estrategias empresariales y de mejora de la competitividad.
- Realizar procesos de planificación, negociación y cierres de ventas.
- Gestionar servicios de postventa y fidelización de clientes.

#### DESTINATARIOS

Especialmente al personal de departamentos comerciales y ventas, pero también a empresarios y directivos en general, y a todas aquellas personas que, por su desarrollo profesional, necesiten adquirir competencias en esta área.



## PROGRAMA DEL CURSO / CONTENIDOS

### BLOQUE I. Planificación de ventas y estudios de mercado

- La importancia de la planificación.
- Objetivos de la planificación de ventas.
- Previsión y promoción de ventas.
- Tipos de promoción de ventas.
- Organización de ventas: el departamento de ventas.
- Factores a emplear para motivar al equipo de ventas.
- Características necesarias del vendedor.
- Consideraciones importantes para las ventas.
- Organización comercial.
- Resultados y medidas del plan comercial.
- Análisis de ratios.
- Estudios de mercado para el enfoque de ventas.
- Segmentación comercial y otras técnicas de estudio.

### BLOQUE II. Estrategia empresarial

- La clave del éxito empresarial. La dirección estratégica.
- Definición de objetivos estratégicos.
- Orientaciones al cliente, a la competencia y al mercado.
- La estructura sectorial según el análisis competitivo.
- Identificación de los objetivos de la competencia.
- Análisis del entorno. Metodología.
- El ambiente social, económico, gubernamental y tecnológico.
- La importancia del mercado en el planteamiento estratégico.
- Los mercados de consumo.
- Otros mercados (productores, revendedores, instituciones oficiales).
- La segmentación de los mercados.

### BLOQUE III. Ventas

- Preparación de la entrevista de ventas.
- Contactar, conocer y convencer al cliente.
- El cierre de la venta.
- Finalización correcta de la entrevista, seguimiento, cobro y fidelización del cliente.

## CARGA LECTIVA Y DURACIÓN

El curso tiene una carga lectiva de 110 horas.

## METODOLOGÍA

Teleformación.