

<b>Nombre Curso</b>	<b>Marketing Directo</b>		
<b>Duración</b>	<b>24 Horas</b>	<b>Cantidad Mínima</b>	<b>15 Personas</b>
<b>Objetivo General</b>	<p>Identificar con claridad quién es su cliente, lo que necesita, lo que le satisface, lo que espera de su proveedor y la forma en que el cliente percibe el servicio y define de calidad; comprender como el servicio de calidad al cliente es parte de la ruta de la calidad de una empresa y como se relaciona con la calidad total y el sistema de aseguramiento de la calidad; aplicar diferentes técnicas para relacionarse con el cliente, modificando sus actitudes y comportamiento en su relación con el cliente; elaborar una matriz de calificación de clientes, para su mejor administración; que le permitan conocer al cliente, su comportamiento, hábitos de compra, gustos, preferencias, factores claves que deciden su compra, lealtad al producto o servicio o, simplemente al proveedor.</p> <p>Al término del curso, el alumno estará capacitado para: - Reflexionar acerca de las características del servicio y de las empresas que brindan servicios. -Revalorizar la cultura de la organización y la cultura del servicio. -Aprender a concentrarse en el cliente, expectativas de los clientes y variables que intervienen en la decisión de compra. -Revalorizar el rol del personal que atiende al cliente. -Desarrollar habilidades que distinguen un buen servicio. Realizar planes de Marketing, utilizando estrategias de Merchandising.</p> <p>Se trabajara la imagen corporativa de su empresa; se diseñara para ella todos los elementos distintivos necesarios para que su entidad sea rápidamente identificada y destaque sobre la competencia. Idearemos el logotipo, la papelería, las tarjetas de visita, el cartel o el folleto que mejor transmitan la personalidad de su compañía.</p> <p>Aplicando estrategias de diferenciación, motivación y trabajo en equipo que generan satisfacción en el cliente</p> <p>Aplicando estrategias de calidad de servicio, motivación y trabajo en equipo para la generación de ventas efectivas y fidelización de clientes.</p>		

Programa Curso	
Objetivos Específicos / Módulos	Contenidos
<p>Módulo 1: Análisis estratégico del momento de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis del entorno: análisis estructural de los sectores industriales.</li> <li>• Identificación de las características económicas dominantes de la industria. Fuerzas motrices: cambios en las industrias. Fuerzas competitivas del sector, análisis.</li> <li>• Identificación, análisis y evaluación de las fuerzas competitivas rivales. Barreras de entrada y salida. Factores claves de éxito competitivo: concepto e identificación. Análisis interno: análisis de los recursos y capacidades estratégicas. Identificación y análisis de la estrategia actual de la empresa.</li> <li>• Aplicación de herramientas de análisis: identificación de puntos fuertes y débiles (balance estratégico), determinación de amenazas y oportunidades.</li> <li>• Los costos y cadena de costos por actividades: concepto, análisis. Evaluación de fuerzas competitivas. Aspectos estratégicos a considerar.</li> </ul>
<p>Módulo 2 Atención y Servicio al Cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características de las empresas de servicios: Identificar características hasta hace 10 años y su perfil actual, entender la situación de volatilidad de los mercados, definir aspectos que hacen a la estrategia de servicio, objetivos y misiones de las empresas de servicios, concepto de servicio total.</li> <li>• La cultura de la organización: Definición de cultura y cultura organizacional, identidad de las organizaciones, orientadas al servicio, esfuerzos hacia el logro de compatibilizar una cultura orientada al servicio en toda la organización.</li> <li>• El cliente: Análisis de sus necesidades, satisfacción de sus expectativas, los diez puntos del servicio total.</li> <li>• Habilidades necesarias para la satisfacción del cliente: Técnicas de trabajo en equipo, técnicas de comunicación bidireccional, anticipación de necesidades, manejo de conflictos, desarrollo de pensamiento</li> </ul>

	empático, compromiso profesional, logro de actitud positiva, desarrollo de liderazgo paradigmático, cultura de servicio total
Módulo 3 Imagen Corporativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logotipo</li> <li>• Tipografía</li> <li>• Identidad corporativa.</li> </ul>
Módulo 4 Visual Merchandising	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la técnica del merchandising y los elementos que lo componen en el conjunto de la política comercial de la tienda, local o empresa.</li> <li>• Adquirir conceptos, principios, estrategias y técnicas que permitan implementar campañas de merchandising, por medio de las cuales se logre aumentar el rendimiento comercial de un negocio.</li> <li>• Identificar técnicas que permitan la optimización y rentabilidad de productos, determinando la distribución del lineal, y tiempo de exposición.</li> <li>• Adquirir conceptos y principios para lograr una organización de las superficies de venta, de tal forma de optimizar el espacio y los recursos disponibles.</li> <li>• Adquirir nociones y fundamentos de diseño y comunicación visual profesional, analizando su aplicabilidad a la exhibición de productos en un punto de venta.</li> <li>• Conocer las principales variables que permitan determinar la forma más adecuada para organizar promociones en el punto de venta.</li> <li>• Desarrollar un concepto moderno de vitrina, definiendo las técnicas y recursos más adecuados para su diseño e implementación.</li> <li>• Adquirir métodos y sistemas que permitan organizar las acciones de publicidad y promoción, de tal forma que se logre apoyar campañas de marketing en la sala de ventas, utilizando los medios y recursos más adecuados.</li> </ul>

**Observaciones:**

La ejecución de nuestra propuesta, cuenta con una metodología propia, diferenciada para cada grupo de beneficiarios, según sector productivo y/o actividad económica, al cual pertenezca su empresa, considerado para ello, la utilización de diversos aspectos metodológicos y técnicas de apoyo a la enseñanza, tales como el uso de material audiovisual, controles aplicados según modulo, ejercicios de guías y otras, que conjuntamente a las actividades pedagógicas definidas para cada modulo, permitirán una visión muy práctica, entre el mundo de los negocios y las materias abordadas, con el fin de lograr un alto grado de aplicabilidad por cada participante. Además el material didáctico, será utilizado como guía de las actividades a desarrollar durante todo el período de capacitación y entrenamiento.

Nuestra metodología, también estará cruzada con la entrega a los participantes, de elementos y desarrollo de competencias, sea fortalecimiento de aspectos cognitivos, habilidades en el procesamiento de un producto tipo, operacionalización, y actitudes en el campo del Lenguaje, Comunicación etc. Todos estos son aspectos necesarios para enfrentar con éxito un proceso, por el que se busca a través de talleres, dinámicas, aplicaciones y simulaciones de casos.

*INCEV*