

Técnicas de relación comercial

Técnicas de relación comercial

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

· Obtener formación teórico-práctica que capacite al alumno para desarrollar su trabajo como administrativo comercial en el ámbito del marketing de servicios. · Adquirir capacidad de análisis ante las repercusiones de las actuaciones comerciales de la empresa, mediante la formación impartida acerca de las nuevas tecnologías en marketing relacional. · Conocer las diferencias entre marketing tradicional y marketing relacional · Conocer la finalidad y objetivos de un departamento de Atención al cliente · Conocer cómo resolver cualquier situación derivada de una venta o información de un producto. · Conocer la relevancia de la comunicación en las relaciones comerciales de la empresa. · Identificar los criterios generales aplicables al proceso de comunicación en las relaciones comerciales de la empresa

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

Modulo único. Técnicas de relación comercial

Tema 1: Introducción al marketing comercial

Introducción: tendencias en marketing

Estudio de la función comercial de la empresa

Lo que hemos aprendido

Tema 2. Teoría y técnicas de calidad de servicio

Concepto de servicio

Diferencias entre producto y servicio

Valor real que representa cada cliente para la empresa

Cómo fidelizar al cliente

Marketing relacional

Herramientas para obtener información sobre los clientes

© icaformación2026

Diferencias entre marketing tradicional y marketing relacional

Estructura y objetivos de un departamento de atención al cliente

Lo que hemos aprendido

Tema 3. Gestión de la relación con el cliente

Aptitudes profesionales para llevar a cabo un adecuado servicio de atención al cliente

Normas de comunicación en un servicio de atención al cliente

Estructura y contenido de la carta comercial a través de los siguientes medios

Actitudes y normas para una adecuada atención telefónica al cliente

Modos de enfoque en la atención telefónica

Actitudes necesarias para resolver reclamaciones

Lo que hemos aprendido

Bibliografía

© icaformación2026