

Gestión Comercial para Servicios

inicio
13.07.21

Este curso complementa los conocimientos básicos de marketing profundizando en los problemas y las estrategias específicas para la comercialización de los servicios.

Se presenta al marketing de servicios como un área independiente para poder comprender su importancia e impacto en los mercados competitivos.

Docente

→ **Pedro José
de Zavala**

Ejecutivo, consultor y catedrático con más de 20 años de experiencia. Actualmente es Director Comercial de La Calera, empresa líder en la producción y comercialización de huevos en el Perú y profesor del Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura.

Ha sido CEO de Circus Grey, la principal agencia de publicidad del mercado y Managing

Director de Havas Media. Trabajó durante más de 15 años como Gerente Central de Comercialización del Grupo el Comercio, donde participó en el lanzamiento de sus activos digitales como Aptitus, Neo Auto y productos como Trome y Publímetro.



Gestión Comercial para Servicios

→ Pedro José De Zavala

Malla Curricular

Sesión 1

📅 13.07.21

Modelo de Gestión de Ventas y Gestión Comercial

Desarrollaremos un modelo que permitirá al participante entender de manera íntegra cuál es el rol del equipo de ventas en la organización. Adicionalmente, analizaremos los componentes de la gestión comercial: la comunicación, la atractividad, el canal y la fuerza de ventas.

Profundizaremos en la gestión de la fuerza de ventas, particularmente en su proceso de estructuración. Evaluaremos sus elementos: priorización, tiempo de atención, costos, tamaño y características.

Sesión 2

📅 15.07.21

Relevancia de los Procesos en los Servicios

Los procesos y sistemas en los servicios son cada vez más importantes pues afectan la calidad del contacto con el cliente.

Veremos que la modificación de los procesos así como las adecuaciones de los sistemas siempre se hacen a una velocidad menor a la requerida, lo cual afecta la calidad del servicio ofrecido, y por ende la satisfacción del consumidor.

Sesión 3

📅 20.07.21

Propuesta de Valor del Servicio para un Target Específico

Estudiaremos cómo crear y/o desarrollar una propuesta de valor de servicio que ofrezca de manera clara y directa las ventajas que ofrece el servicio en cuestión y el valor que aporta al cliente. Aprenderemos también cómo dirigirla hacia un público objetivo específico de manera que satisfaga sus necesidades.



Sesión 4

📅 22.07.21

Gestión de Reclamos en los Servicios

Aprenderemos cómo gestionar adecuadamente los reclamos y usarlos de manera positiva.

Estudiaremos además cómo fortalecer las capacidades y competitividad de los colaboradores responsables de mantener y mejorar las relaciones con el cliente, así como de los encargados de atender los reclamos y quejas de los consumidores y usuarios.



Sesión 5

📅 03.08.21

Gestión CRM para Servicios

Contar con un CRM (Customer Relationship Management) adecuado facilita la colaboración entre marketing y ventas y mejora la relación a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente. Así pues, veremos qué es exactamente un CRM, cómo puede ayudarnos en nuestro marketing digital y qué programas son los más recomendables.

Para los profesionales del marketing digital, contar con un CRM ofrece muchas ventajas:

- Facilita la personalización, ya que contamos con información sobre los clientes que nos permite ver con qué perfil se identifican y en qué momento del proceso se encuentran.
- Permite que todo el equipo pueda hacer un seguimiento del ciclo de vida del cliente y ver cuándo está listo para convertir, pasar el contacto a ventas u otros hitos.
- Impide que los leads se escapen o se "pierdan" por el camino, ya que tenemos su información registrada desde un principio.

Sesión 6

📅 05.08.21

Incentivos y Compensaciones para los Equipos de Atención

Estudiaremos cuál es la importancia de tener un sistema de incentivos y compensaciones para los equipos de atención. Además, identificaremos las características de un buen sistema de incentivos y compensaciones y aprenderemos cómo desarrollarlo tomando en cuenta: necesidades del servicio, estructura salarial de la empresa, de la fuerza de ventas y de la competencia, exactitud de la medición de las variables del sistema y definición de carteras.

Estudiaremos distintos modelos de remuneración de manera que el participante pueda diseñar el más adecuado para su organización, de acuerdo a los objetivos y valores de la compañía.

Objetivos del curso

- Obtener conocimientos sobre la comercialización y gestión de la prestación de servicios.
- Identificar los drivers del éxito en la gestión comercial y mercados de servicios.
- Entender el proceso del marketing aplicado a servicios: atención, retención y recuperación de clientes en servicios.
- Contar con herramientas prácticas para tomar decisiones estratégicas en la gestión comercial de servicios.

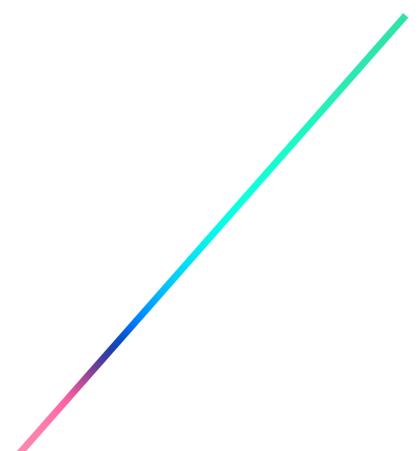
¿Por qué asistir?

La mayoría de los cursos de marketing para ejecutivos están enfocados en el marketing de producto, especialmente productos de consumo masivo. La oferta de cursos de marketing de servicios y B2B es limitada.

En la actualidad, es necesario que se enfatice la importancia del marketing de servicios, al enfrentarnos a un consumidor cada vez más demandante y sensible al manejo y desempeño de las organizaciones. Es necesario mejorar el performance del marketing de servicios frente a un mercado de alta competencia y una economía afectada.

Dirigido a

Personas que tengan bajo su responsabilidad áreas comerciales de empresas dedicadas a servicios.



Gestión Comercial para Servicios

→ Pedro José De Zavala

Información General

Fechas

Sesión 1

Martes 13 de julio de 2021

Sesión 2

Jueves 15 de julio de 2021

Sesión 3

Martes 20 de julio de 2021

Sesión 4

Jueves 22 de julio de 2021

Sesión 5

Martes 03 de agosto de 2021

Sesión 6

Jueves 05 de agosto de 2021

Horarios

07:00 PM a 10:00 PM / HRS PET

Certificado

Certificado Digital de Participación emitido por Seminarium Perú y Pedro José de Zavala.



Inversión*

	PRECIO + IGV
Regular	S/ 1,550.00
Corporativo (a partir de 3 inscritos)	S/ 1,240.00

* Valor de inscripción por persona. Precios expresados en Soles incluyen el IGV.

NOTAS

- El curso se abrirá con un mínimo de 15 alumnos inscritos.
- Aforo máximo de 40 alumnos.
- Se debe asistir a las 6 sesiones para obtener el Certificado Digital de Participación.



100% práctico



100% online



Docente en vivo



18 horas de capacitación



Sesión de preguntas & respuestas