

MARKETING Y VENTAS

Objetivo del curso

Perfil del alumno:

Este curso está dedicado a estudiantes que deseen conocer los elementos necesarios para insertarse en el mercado actual; profesionales que deseen utilizar estrategias de marketing para optimizar su crecimiento laboral; empleados de Agencias de Marketing; asesores externos de empresas, locales comerciales; de agencias de publicidad; agencias de anunciantes proveedores de servicios y/o productos, etc.

Perfil del egresado:

PROGRAMA

Marketing de servicios y de productos.

Elementos de estrategia competitiva aplicados al marketing de servicios profesionales.

Comunicación, venta y negociación de los servicios.

El pensamiento estratégico, modelos mentales, paradigmas.

Inteligencia emocional para emprendedores.

La importancia que tiene la relación con su entorno.

La programación mental. Definición de autoestima.

Como "venderte" a ti mismo. Reglas para un buen marketing personal.

Principios básicos para la excelencia. Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva.

Comparación entre inteligencia emocional (ie) y los 7 hábitos. Liderazgo de excelencia.

Características de los líderes admiradas por los otros.

Habilidades para interactuar con éxito con otras personas.

La importancia de saber escuchar. La comunicación defensiva y empática. El papel del emisor y el receptor en la buena comunicación.

De características y ventajas a experiencias del cliente. Medición de las experiencias de los clientes. Análisis de la situación de consumo. Marcas generadoras de experiencias.

Los consumidores deben ser: estimulados, atendidos, enseñados y provocados. Que es exactamente una experiencia 5 tipos de experiencias del cliente: Sensaciones. Sentimientos.

Pensamientos. Actuaciones. Relaciones. Deleitar los 5 sentidos. Como crear sentimientos en la relación comercial. Animar a los clientes a repensar la empresa.