

## Marketing de Servicios Profesionales.

### 1. PRESENTACIÓN.

Hacia el éxito en marketing y ventas. Introducción y definiciones. ¿Qué vendemos? ¿De dónde provienen los negocios?

### 2. PLANIFICAR EL TRABAJO Y TRABAJAR EL PLAN.

Planificación de marketing y ventas. Objetivos de marketing y ventas. Oportunidades y amenazas del mercado. Puntos fuertes y débiles de la empresa. Desarrollo de estrategias de marketing. Planificación táctica de marketing. Planificación de las relaciones públicas, la publicidad y la promoción. Planificación de acciones de venta. Organización y control de las actividades de marketing en la empresa.

### 3. LECTURA ADICIONAL: LA MEZCLA PROMOCIONAL.

Por qué es importante. Qué es lo que usted tiene que hacer. ¿Qué es lo que usted necesita saber? Publicidad. Relaciones públicas. Promoción de ventas. Marketing directo. Venta personal.

### 4. ENCONTRAR CLIENTES.

Identificar prospectos. Identificar a quien toma las decisiones. Cómo contactar clientes.

### 5. COMUNICARSE CON EFICACIA.

Ser abierto. Motivar a los clientes. Responder a preguntas. Encausar discusiones. Técnicas de comunicación.

### 6. PLANEAR UNA VENTA.

Adoptar una estrategia. Conocer su servicio y su mercado.

### 7. COMUNICARSE POR CORREO.

La llamada para conseguir una entrevista. Preparar la entrevista por teléfono. Algunos consejos. El manejo de las objeciones telefónicas. Las diez objeciones telefónicas más frecuentes. La oportunidad persuasiva del contacto con el cliente. Las bases del éxito.

### 8. LA BASE PARA LA TÉCNICA DE VENTAS: EL PROCESO DE TOMA DE DECISION.

La preparación de la entrevista con el cliente. El inicio de la entrevista de venta. Técnicas de interrogación. Crear una necesidad. Exponiendo la propuesta. La gestión de las objeciones. Categorías de objeciones. Cerrar la venta. Conclusión implícita.

### 9. 7,5 “TIPS” PARA PUBLICAR UN BLOG DE NEGOCIOS EFICAZ.

Definición rápido de “blog”. Cómo empezar si usted nuevo en la blogósfera. 7 “tips” para publicar un blog de negocios eficaz. Publicar un blog es escribir para Internet. ¿Le faltan palabras? “Etiqueta” básica para blogs. Recursos para blogs de negocios.

#### 10. ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS PARA COMBATIR LA RECESIÓN.

Reactive cuentas dormidas. Reactive viejas pistas. Ayude a sus clientes a comprarle o a asignarle nuevos proyectos. Brinde a sus clientes un servicio superior. Mantenga sus precios y honorarios dentro de lo razonable. Use adicionales de bajo costo para generar ingresos adicionales. Evite ser una primera figura. Posponga los aumentos en sus precios. Baje levemente su “perfil del cliente aceptable”. Planee una campaña de marketing agresiva para conseguir nuevos negocios. Modifique su propuesta de servicios para acomodarla a clientes pequeños o con presupuestos reducidos. Agregue valor a su servicio. Manténgase ocupado. Sea positivo.

#### 11. LAS COMUNICACIONES DE MARKETING.

¿Qué es? ¿Por qué es importante? ¿Qué deberías hacer? ¿Qué necesita saber? ¿Qué hacer ahora?

#### 12. LA INTELIGENCIA COMPETITIVA.

¿Qué es la Inteligencia Competitiva? ¿Por qué la Inteligencia Competitiva es importante? ¿Qué es lo que usted necesita saber? ¿Quiénes son sus competidores? ¿Qué ofrecen? ¿Cuál es su política de precios? ¿Quiénes son los clientes de sus competidores? ¿Cómo promueven sus ventas? ¿Quiénes son los proveedores de sus competidores? ¿Son seguros financieramente? ¿Qué clase de organización son? ¿Cuáles son sus fortalezas y sus debilidades? ¿Cuál es su estrategia de negocios? ¿Qué debería hacer? Lo que tus competidores dicen de sí mismos. Lo que otros dicen sobre tus competidores. ¿Qué hacer ahora?

#### 13. PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE.

¿Qué es? ¿Por qué es importante? ¿Qué tiene que hacer? Identificar sus clientes más valiosos. Descubrir el nivel de servicio que los clientes quieren. Desarrolle estándares de calidad en el servicio y un programa. ¿Qué hacer ahora?

#### 14. PREPARANDO PROPUESTAS COMERCIALES EFICACES.

Introducción. La venta: un proceso de acumulación. Un eslabón decisivo. La persuasión. Apertura. Presentación. Vender beneficios. Resolver las objeciones. Objeciones más comunes. El cierre. Qué evitar. Qué hacer. El formato de la propuesta. Carta propuesta. Propuesta formal. Plazos. Estudio de un caso. Contenido de la propuesta. Portada. Introducción. La exposición de las necesidades. La recomendación o solución. Costos. Áreas de detalle. Resumen o cierre. Información adicional. Carta adjunta. Cartas propuestas de muestra. La presentación de las propuestas. La importancia de la presentación. El diseño de las páginas.

Duración: 2 meses.