



Ponentes

Félix Cuesta Fernández es Licenciado en Ciencias Físicas en la especialidad de Tecnologías de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá y Executive MBA por el Instituto de Empresa de Madrid.

Ha ocupado puestos de dirección a nivel nacional e internacional en ITT, DEC, Burroughs, Banesto, Proudfoot, Coopers&Lybrand y ha creado proyectos empresariales como DECdirect, Misco, TAISA Direct o consultpyme.com. En la Actualidad es Socio-Fundador y Presidente del Centro Virtual de Asesoramiento Empresarial.

Es autor de los libros, La Gestión del Marketing Directo, La Empresa Virtual, Fidelización...un paso más allá de la retención, La transformación empresarial como base de la competitividad: de la empresa tradicional a la empresa virtual y Dirección y Organización de la Empresa Multinacional.

Cuenta asimismo, con una intensa trayectoria docente, nacional e internacional, y es profesor asociado del Instituto de Empresa y de la Universidad de Alcalá.

Adolfo Jiménez Reguillo es licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid y, Master en Dirección y Administración de Empresas por el Instituto de Empresa. Asimismo se ha diplomado en el Programa Superior de Gestión Empresarial y Dirección de Comunicación del Instituto de Empresa.

Su trayectoria profesional le ha llevado a desempeñar, entre otros, los siguientes puestos de responsabilidad: Director de Comunicación y Relaciones Institucionales de IBERMUTUAMUR, Subdirector de Servicios de Gestión y de Sistemas de Información, Consultor Internacional en sistemas de protección social y Socio Director de Identidad Comunicación.

Ha compatibilizado a lo largo de estos años sus responsabilidades profesionales con sus tareas docentes como profesor de Dirección Estratégica del Instituto de Empresa.

Taquígrafo Martí, 4 • 46005 Valencia
Tel. 963 52 98 69 • Fax 963 52 86 40
formacion@coev.com • www.coev.com



Cómo generar comunicaciones irresistibles para los clientes

Viernes, 1 de junio de 2007

Jornada

Cómo generar comunicaciones irresistibles para los clientes

Viernes, 1 de junio de 2007

Programa

I.- Creación de infraestructuras de información para conocer a los clientes.

El conocimiento de los clientes es básico para poder desarrollar acciones de comunicación comercial y aprovechar al máximo el potencial que ofrecen desde este punto de vista. Diseñar y preparar las infraestructuras necesarias para la captura y tratamiento de la información es un primer paso.

II.- CRM, marketing comercial y comunicación. Herramientas para cada caso y la comunicación presencial.

La gestión de la relación continuada con el cliente es una premisa para desarrollar estrategia y acciones de marketing dirigido y personalizado para los clientes, clave para el éxito de las mismas. La selección y utilización de las herramientas más adecuadas es básico para hacer efectivo los objetivos del marketing y la comunicación comercial. Consideraciones sobre cómo hacer una presentación a los clientes y consejos sobre creatividad en las comunicaciones directas.

III.- El ciclo y los secretos de la comunicación comercial.

La comunicación comercial tiene particularidades que afectan al ciclo de comunicación en todos sus apartados: emisor-receptor-mensaje y canal y en las expectativas de todos los que intervienen en este proceso. En esta sesión identificaremos las claves que rigen la comunicación comercial, para satisfacer las expectativas de los clientes y desatar interés por nuestras comunicaciones.

IV.- Herramientas, tácticas y técnicas de comunicación comercial.

Análisis de las principales herramientas de comunicación comercial (web, e-mailing, mailing, presentaciones,) desde el punto de vista operativo para garantizar la eficiencia de sus resultados y convencer al máximo con nuestras propuestas. Consejos, advertencias y errores a tener en cuenta.

Objetivos

- Crear infraestructuras de comunicación: conociendo a tus clientes.
- Conocer los medios y las herramientas de comunicación con los clientes y su utilización para el desarrollo de la actividad comercial.
- Lecciones de presentaciones y creatividad.
- Conocer los secretos del ciclo de la comunicación comercial y sus particularidades para sus destinatarios y sus mensajes para lograr el éxito en sus resultados.
- Cómo usar las principales tácticas y técnicas de comunicación comercial para crear comunicaciones irresistibles, con especial atención a las siguientes: web, mailing, cartas y presentaciones.

Calendario

La Jornada tiene una duración de 7 horas lectivas y se impartirá el viernes, 1 de junio de 2007, de 9 a 14 y de 16 a 18 horas.

Lugar de celebración

A los alumnos matriculados en la Jornada se les comunicará el lugar de celebración al mismo a través del correo electrónico que faciliten para este fin.

Inscripciones

Las solicitudes de preinscripción se realizarán por fax, a través del correo electrónico, o por correo postal.

Las plazas son limitadas y se cubrirán por riguroso orden de formalización de la matrícula, dando prioridad a los colegiados.

Toda inscripción no anulada 24 horas antes del comienzo de la Jornada supondrá el pago íntegro de la matrícula.

Matrícula

Colegiados: 131'60 euros.
Otros participantes: 197'40 euros.

Los socios de economistas o el personal que éstos tengan a su cargo en sus despachos, obtendrán un 15% de descuento sobre la matrícula de "otros participantes".

Si por parte de una empresa u organismo asisten dos o más alumnos tendrán acceso igualmente al descuento del 15% sobre la matrícula de "otros participantes".