



CURSO PRESENCIAL HABILIDADES COMERCIALES: MANEJO DE REDES SOCIALES PARA LA GESTIÓN COMERCIAL Y RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

1. Descripción:

El uso estratégico de redes sociales se ha convertido en una competencia clave en los procesos comerciales, ya que permite visibilizar productos y servicios, relacionarse con clientes actuales y potenciales y obtener información valiosa sobre sus preferencias. Un manejo profesional de estas plataformas contribuye a fortalecer la imagen de la organización, aumentar el alcance de las ofertas y consolidar vínculos de confianza con diferentes públicos.

2. Objetivo:

Desarrollar habilidades para gestionar redes sociales como herramienta de apoyo a los procesos comerciales, desde la planificación de contenidos hasta la interacción con clientes y el análisis básico de resultados.

3. Metodología

Taller presencial con análisis de casos reales, revisión de ejemplos de publicaciones, ejercicios prácticos de diseño de contenidos y simulaciones de interacción con clientes a través de redes sociales.

4. Contenido temático

Unidad 1. Redes sociales en la estrategia comercial

- Principales redes sociales utilizadas en procesos comerciales.
- Diferencias entre uso personal y uso profesional de las redes.
- Definición de objetivos comerciales en redes (posicionamiento, consulta, venta, fidelización).
- Identificación del público objetivo y tono de comunicación adecuado.



Unidad 2. Creación de contenidos comerciales efectivos

- Diseño de mensajes claros y persuasivos orientados a productos o servicios.
- Uso básico de imágenes, videos cortos y piezas gráficas sencillas.
- Calendario de publicaciones y frecuencia recomendada.
- Buenas prácticas para responder consultas, comentarios y mensajes directos.

Unidad 3. Seguimiento y mejora de la gestión comercial en redes

- Métricas básicas: alcance, interacción, clics y mensajes recibidos.
- Registro simple de resultados en hojas de cálculo.
- Interpretación de los datos para ajustar contenidos y horarios.
- Integración de las redes sociales con otros canales comerciales (puntos físicos, WhatsApp, correo, llamadas).