

Organiza:



Cofinancian:



PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: PROSPECCIÓN COMERCIAL Y PLANIFICACIÓN DE VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

Duración:

Horas totales: 50

Modalidad: Teleformación

CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. CONCEPTOS GENERALES.
 - 1.1 Comercio electrónico: definición, ámbito y características principales
 - 1.2 E-marketing: definición, ámbito y características
 - 1.3 Consumidor digital y comportamiento del consumidor digital.
 - 1.4 Tipos de canales on-line
2. PROSPECCIÓN DE VENTAS EN EL CONTEXTO DIGITAL
 - 2.1 Definición y principios generales.
 - 2.2 Técnicas de prospección de ventas a través de medios interactivos o digitales: técnicas de comunicación unidireccional o bidireccional (inbound/ outbound) y técnicas mixtas.
 - 2.3 Uso de las redes sociales y otros medios interactivos o digitales (sitios web, blogs, boletines informativos dinámicos, dispositivos móviles, etc.) para obtener información sobre clientes potenciales y analizar su comportamiento en la compra digital.
 - 2.4 Uso de las redes sociales y otros medios interactivos o digitales para llevar a cabo campañas específicas de prospección de ventas on-line.
3. PREPARACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS UTILIZANDO MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES.
 - 3.1 Definición de objetivos
 - 3.2 Definición de los medios interactivos o digitales a utilizar en función de los objetivos definidos
 - 3.3 Preparación del discurso promocional /argumentos de venta.
 - 3.4 Preparación de los materiales de presentación del producto en formato interactivo o digital
4. RECURSOS Y HERRAMIENTAS DE APOYO PARA LA PLANIFICACIÓN DE VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES
 - 4.1 Tipos de recursos/herramientas
 - 4.2 Comercialización de bases de datos
 - 4.3 Gestión de relaciones con los clientes-CRM
 - 4.4 Herramientas para el monitoreo y análisis digital de datos
 - 4.5 Técnicas escritas de comunicación digital
 - 4.6 Reglas para la redacción de argumentos de promoción y venta
 - 4.7 Materiales interactivos y digitales para la presentación de productos
 - 4.8 Normativa respecto a la protección de datos personales y de la privacidad.