

CURSO ESPECIALIZADO
ONLINE EN

DIGITAL SALES

[CEODS]



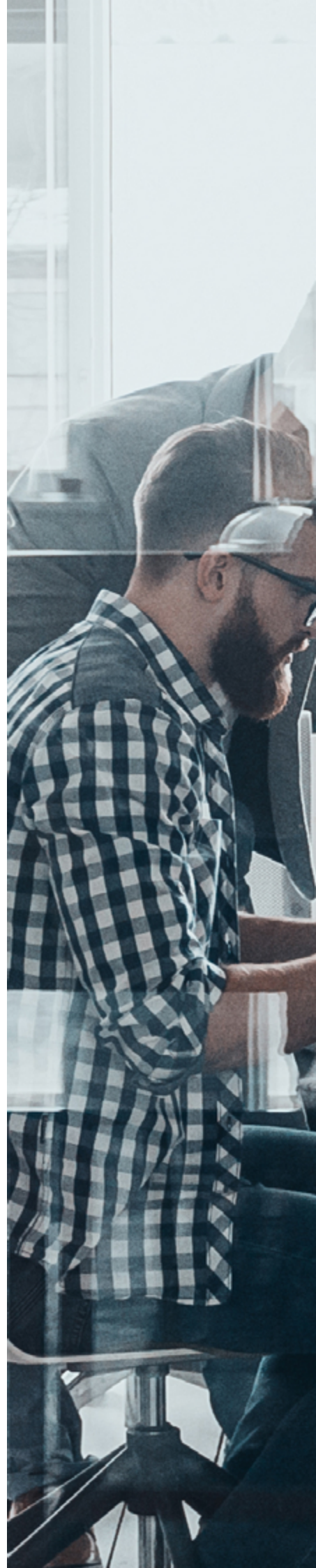
Curso Especializado Online en Digital Sales

La digitalización ha llegado a los procesos comerciales y de venta para optimizarlos, escalarlos e incrementar el conocimiento del cliente. El Curso Especializado Online en Digital Sales responde a la necesidad creciente de digitalizar la cadena de valor en su totalidad, adaptar las metodologías de trabajo y reestructurar los equipos comerciales, tanto en entornos B2C como B2B.

Formato	Online
Idioma	Español
Duración	12 semanas
Trabajo individual, Examen Final	

OBJETIVOS

- › Comprender las diferentes alternativas para configurar el modelo más adecuado de digital sales para tu negocio.
- › Diseñar un proceso de venta digital.
- › Conocer el mapa de soluciones y herramientas tecnológicas posibles para la construcción optimización de un modelo de digital sales.
- › Diseñar el equipo adecuado y aprender a motivarle.





DIRIGIDO A

- > Jefes de Ventas
- > Delegados Comerciales
- > Seniors Key Accounts
- > Directores Comerciales
- > Directores de Desarrollo de Negocio
- > Directores de Marketing
- > Products Managers
- > Directores y Responsables de Proyectos de TD
- > Directores de Gerentes y Pymes

PERFIL DE SALIDA

- > Adquirir los conocimientos necesarios para digitalizar los procesos de venta.
- > Analizar las mejoras a aplicar sobre sus modelos actuales.
- > Crear el modelo de digital sales y liderar el cambio.

METODOLOGÍA

Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?



Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.

Documentación

- Programa completo: Temas, puntos y subpuntos.
- Asignación de temas y clases por semana.
- Documentación elaborada por profesionales del sector.
- Videos de tutorías y webinars (clases).
- Bibliografía y links de interés.

Documentación en Easy Generator

- Contenidos ONLINE.
- Descargables en PDF.
- Indicador y marcador de progreso.





Sesiones online síncronas, Webinars

- Se recomienda asistir a todos los webinars e interactuar con el profesor y los compañeros.
- Los webinars son sesiones online de una hora aprox. impartidas por un profesional, miembro del consejo de expertos del curso. Estas sesiones tratarán sobre temas o materias relevantes, pudiendo el alumno interactuar con el ponente en tiempo real.
- Las sesiones serán grabadas y podrás encontrarlos en el aula virtual después de su impartición.
- Horario habitual entre las 19:00y las 21:00h. (hora España)
- Las fechas y horarios puedes encontrarlas disponibles en el aula virtual desde el 1er día de inicio del curso.
- En total son 10 webinars durante el curso



Autoevaluación

Al final de cada tema hay un test de autoevaluación para asegurarte que aprendes lo previsto.



Aplicación de casos de estudios y empresas reales



Apoyo tutorizado y feedback

4 tutorías en directo, una tutoría cada mes, con una de ellas al inicio con la explicación del curso.



Actividades prácticas y experienciales



Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales



Proyecto final y examen final para la obtención del título.



PROGRAMA

El nuevo cliente omnicanal

- > Las tipologías de cliente actual: nuevos hábitos, expectativas de cliente, omnicanalidad.
- > Grandes diferencias en los modelos B2C y B2B.
- > Buyer Persona y segmentación.
- > El Customer Journey y los touchpoints digitales.
- > Innovación en la experiencia de compra.

Las nuevas cadenas de valor en el proceso de ventas

- > Las nuevas cadenas de valor del comercio tras la digitalización y las estrategias de venta omnicanal.
- > El rol del fabricante/productor y los modelos D2C.
- > Digitalización de la distribución: oportunidades y ventajas.
- > Digitalización de la experiencia de compra de tiendas físicas y el nuevo retail. Retail as a service.

Modelos de digital sales (I): ecommerce

- > Modelos de comercio electrónico (B2C, B2B, B2B2C, C2C...).
- > Tienda electrónica.
- > Plataformas de ecommerce.
- > Marketplaces.
- > Social Commerce.
- > La experiencia híbrida del ecommerce.
- > La fórmula mágica del ecommerce y su optimización. CRO.

Modelos de digital sales (II): procesos comerciales

- > Proceso de venta en entornos B2B y B2C.
- > Lead scoring / Lead nurturing.
- > Inboud Sales.
- > Lead generation.
- > Account Based Marketing.
- > Social Selling.

Equipo y gestión. Los diferentes roles en un proyecto de digital sales

- > Roles potenciales: SDR, BDR, ecommerce manager...
- > Equipos híbridos. Virtualización y deslocalización de workplace. Gestión de desmoralización.
- > Eficiencia de equipos de venta digital: procesos, herramientas, metodologías. Scrum sales
- > Implementación de herramientas digitales y capacitación para empleados y gestión de cambio.
- > Métricas de productividad digital.

Marketing comercial

- > Smarketing (sales+marketing): objetivos comunes e integración de equipos de ventas y marketing.
- > El marketing mix y el plan de marketing digital.
- > Activos digitales para la venta y owned media. Landing pages.
- > Marketing de performance. Planificación de inversión y medición. Respuesta directa, Click2Call, CallMeBack...
- > Shared & Earned Media en procesos comerciales.

La importancia del contenido

- > El marketing de contenidos.
- > El Content Hub y los formatos potenciales.
- > Análisis de keywords y tendencias para elaboración de contenido.
- > Personalización.
- > Evergreen y contenidos de valor.
- > Copywriting que enamora.
- > Redactando emails preventa y postventa.

Martech

- > Automatización de procesos y marketing automation. Automatización de captación y generación de leads (B2C / B2B) hasta la gestión comercial automatizada de leads cualificados.
- > Diseño de flujos de interacción comercial.
- > Soluciones de growth hacking.
- > Herramientas para la mejora de la gestión de interacción, fidelización, personalización.

Sales assistant tools: CRM, teléfono, chatbot, whatsapp...

- > Customer Success Management.
- > CRM y visión 360 del cliente.
- > Canales y herramientas de gestión directa de la comunicación: teléfono, mail, chat/chatbot, whatsapp, agenda virtual...
- > Soluciones de voz de cliente.
- > Best practices.

Espacios híbridos de relación: eventos, webinars, reuniones virtuales

- > Del off al on... y ahora al híbrido.
- > ¿Cómo mantener la atención? Comunicación en entornos híbridos.
- > Asegurando el éxito de la sesión: antes, durante y después.
- > Plataformas para la relación comercial: ecommerce, eventos, webinars, reuniones digitales, training.

Aspectos legales a cumplir en los procesos de venta digital

- > ¿Cuáles son las obligaciones legales a cumplir en los modelos de digital sales?
- > Legislación aplicable a ecommerce, procesos comerciales digitales...
- > Textos legales y requisitos técnicos y de seguridad.
- > Restricciones y políticas de contactación por cada canal.
- > Recomendaciones y aspectos a vigilar.

Cuadro de mando: seguimiento, control y optimización

- > KPIs y medición en digital sales.
- > Componiendo el dashboard.
- > Herramientas para el análisis y la optimización.
- > Mejoras basadas en la Inteligencia artificial (AI) y Machine Learning: scoring/riesgo de churn de clientes...

MADRID

91 452 41 00

info.madrid@esic.edu

BARCELONA

93 414 44 44

info.barcelona@esic.edu

VALENCIA

96 361 48 11

info.valencia@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03

info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA

97 635 07 14

info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA

95 202 03 69

info.malaga@esic.edu

PAMPLONA

94 829 01 55

info.pamplona@esic.edu

BILBAO

94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

GRANADA

95 822 29 14

master@esgerencia.com

SEPTIEMBRE 2021