

Curso: Prospección de Ventas en Redes Sociales (marketing digital)

Incluye:

- ✓ Manual del participante
- ✓ Reconocimiento con valor curricular
- ✓ Constancias de habilidades DC3

Duración: 16 horas

Modalidad: En instalaciones del cliente o en línea

Modo de evaluación: Evaluación teórica con calificación mínima de 8.0

Instructor: Con experiencia en ventas, administración de equipos de ventas y recursos humanos.

Objetivo: Comprender los fundamentos de las redes sociales y el marketing digital como herramientas para la prospección de ventas, mediante el análisis de estrategias de comercialización y el desarrollo de técnicas para identificar, atraer y establecer contacto con clientes potenciales en entornos digitales, con el propósito de fortalecer las oportunidades de venta y la presencia comercial de una empresa o negocio en redes sociales.

Dirigido a:

- Jefes y gerentes del área de ventas
- Supervisores y coordinadores de área de ventas
- Vendedores y asesores comerciales

Requisitos especiales: Ninguno

Temario general.

1. Introducción a las Redes Sociales y Marketing Digital

- ¿Qué son las Redes Sociales y Marketing Digital?
- Distintas redes sociales, para distintos propósitos
- 10 conceptos básicos del Marketing Digital
- 1. Marketing Digital
- 2. Branding Digital
- 3. Estrategia Digital
- 4. Target
- 5. SEO
- 6. SEM
- 7. Social Media Marketing
- 8. Community Manager

- 9. Leads
- 10. Conversión

2. Planteamiento estratégico en las ventas de las Redes Sociales

- Etapas de una estrategia digital
- Análisis de la competencia
- Los objetivos SMART
- Creación de contenido (content marketing; marketing de contenido)
- Storytelling para vender mas
- Publicidad de medios pagados
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Publicidad de medios ganados
- Youtubers y microinfluencers
- Métricas y KPI ´s
- ROI (Return On Investment)

3. Prospección de ventas de las Redes Sociales

- El ecosistema digital
- Customer journey
- Las buyer persona
- Social selling (o venta social)
- Facebook Ads
- Desarrollo de la inteligencia emocional del líder
- Desarrollo de la empatía del líder
- Comunicación efectiva de políticas, responsabilidades, autoridad y objetivos
- Monitoreo continuo de avances
- Retroalimentación efectiva de colaboradores
- Aplicación de medidas disciplinarias
- Atención y respuesta a denuncias por abuso de autoridad
- Medición del clima laboral

Metodología: 60% teoría - 40% práctica

Nota: Todos los cursos se pueden ajustar según los requerimientos del cliente en tiempo y contenido requerido