

COMT119PO PROSPECCIÓN COMERCIAL Y PLANIFICACIÓN DE VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES



180,00 € - 250,00 €

Este CURSO COMT119PO PROSPECCIÓN COMERCIAL Y PLANIFICACIÓN DE VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMT119PO PROSPECCIÓN COMERCIAL Y PLANIFICACIÓN DE VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y aplicar las principales técnicas de prospección de ventas a través de medios interactivos o digitales.

Categorías: [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Comercio y Marketing](#) |

INFORMACIÓN

Duración

[50 h](#)

Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS GENERALES.

1. Comercio electrónico: definición, ámbito y características principales
2. E-marketing: definición, ámbito y características
3. Consumidor digital y comportamiento del consumidor digital.
4. Tipos de canales on-line

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROSPECCIÓN DE VENTAS EN EL CONTEXTO DIGITAL

1. Definición y principios generales.
2. Técnicas de prospección de ventas a través de medios interactivos o digitales: técnicas de comunicación unidireccional o bidireccional (inbound/ outbound) y técnicas mixtas.
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.
4. Uso de las redes sociales y otros medios interactivos o digitales para llevar a cabo campañas específicas de prospección de ventas on-line.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PREPARACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS UTILIZANDO MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES.

1. Definición de objetivos
2. Definición de los medios interactivos o digitales a utilizar en función de los objetivos definidos
3. Preparación del discurso promocional /argumentos de venta.

4. Preparación de los materiales de presentación del producto en formato interactivo o digital

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RECURSOS Y HERRAMIENTAS DE APOYO PARA LA PLANIFICACIÓN DE VENTAS A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS O DIGITALES

1. Tipos de recursos/herramientas
2. Comercialización de bases de datos
3. Gestión de relaciones con los clientes-CRM
4. Herramientas para el monitoreo y análisis digital de datos
5. Técnicas escritas de comunicación digital
6. Reglas para la redacción de argumentos de promoción y venta
7. Materiales interactivos y digitales para la presentación de productos
8. Normativa respecto a la protección de datos personales y de la privacidad.

