

Aprende sobre el

Funnel Marketing y el Social Selling



DASC
Instituto Tecnológico Universitario

Educación,
Tecnología
y Ambiente

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO

Aplicar las técnicas de venta online y los programas existentes para garantizar la correcta comercialización de productos a través de los medios digitales identificando de manera adecuada a los clientes.



1. FUNNEL DE VENTAS

- 1.1. Identificación de leads, cliente reales y clientes potenciales
- 1.2. Maximización de la venta a cada perfil
- 1.3. Aprende a decir NO a una venta

OBJETIVO

Reconocer los diferentes tipos de clientes con los que se trabaja para la correcta aplicación del embudo de ventas y el manejo adecuado de las estrategias digitales.

2. SOCIAL SELLING

- 2.1. Primeros pasos: Importancia del social selling
- 2.2. Ventas en frío

OBJETIVO

Reconocer lo que es el social selling y los elementos que lo conforman como una forma de posicionar un negocio en medios digitales.

3. SOCIAL SELLING

- 3.1. Mejores prácticas de venta social
- 3.2. LinkedIn como forma de posicionamiento y reconocimiento

OBJETIVO

Aplicación de las estrategias del social selling en el negocio digital para conseguir incrementar el posicionamiento y la venta de los productos.



TEMARIO

4. VENTA SOCIAL: TWITTER

- 4.1. Reconociendo la importancia de la plataforma
- 4.2. Identificación de las herramientas de venta de Twitter
- 4.3. Uso del timeline como parte de la estrategia

OBJETIVO

Utilizar la red social de Twitter como complemento a la estrategia de social selling y la aplicación de timelines efectivos.



5. ECRM (ELECTRONIC CONSUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

- 5.1. Importancia del eCRM en la estrategia digital
- 5.2. Identificación de las acciones de seguimiento
- 5.3. Aplicación de estrategias eCRM

OBJETIVO

Identificar los beneficios del CRM como parte de la estrategia de venta y seguimiento de los negocios digitales.

6. EL SEGUIMIENTO DEL CLIENTE DIGITAL

- 6.1. Programas de eCRM

- 6.2. Uso de las plataformas
- 6.3. Identificación de las mejores prácticas CRM
- 6.4. KPI´s

OBJETIVO

Explorar los diferentes eCRM digitales para aplicar estrategias y seguimiento de clientes digitales.

7. DESARROLLO DE CAMPAÑAS DIGITALES

- 7.1. Identificación de los elementos generales de una campaña digital efectiva
- 7.2. Uso de palabras de poder para las campañas
- 7.3. eGamification: Usa elementos de juego para vender más

OBJETIVO

Aplicar los elementos para el desarrollo de mejores campañas digitales de los negocios online.

8. BIG DATA Y DATA MINING

- 8.1. Introducción al uso del Big Data y el Data Mining
- 8.2. Reconocimiento de las métricas digitales de venta
- 8.3. Aplicación de estrategias de ventas basadas en métricas

OBJETIVO

Reconocer lo que representan las métricas en el ambiente digital para la correcta toma de decisiones.



INSCRIBETE HOY

OBTÉN DESCUENTOS

EXCLUSIVOS PARA OTROS

CURSOS Y TALLERES

CONOCE TODA LA
OFERTA EDUCATIVA
QUE TENEMOS PARA TI

LICENCIATURAS

- Mercadotecnia
- Diseño Interactivo
- Administración
- Sistemas Computacionales

INGENIERÍAS

- Industrial
- En Software

MAESTRÍAS

- Administración
- Innovación y Gestión de Proyectos de TI

Más de **40**
años de experiencia

**HORARIOS
PARA TI
QUE TRABAJAS**