

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

SKU: EVOL-3150-iNO-B | **Categorías:** [Comercio y Marketing](#), [COMERCIO Y MARKETING](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [50](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

Más información

[CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

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.

Contenidos

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.

