

Omnicanalidad y contacto comercial a través de la digitalización comercial

Fecha: 20 y 27 de febrero

Horario: 9:00 a 14:00 - 15:00 a 18:00

Duración: 16 horas

Lugar: Cámara de Gipuzkoa - Avda. de Tolosa, nº 75 - 20018 Donostia-San Sebastián



INSCRIPCIÓN

Como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnologías, la relación entre empresa y cliente ha cambiado por completo. Ahora más que nunca, la importancia de tener varios canales de comunicación que conecten a ambas partes se torna como algo tremendamente importante.

Hay que tener en cuenta además que no se trata sólo de disponer de varios canales a través de los cuales llegar hasta los clientes, sino que es necesario que estos estén conectados entre sí de manera que se interrelacionen.

La Omnicanalidad surge de la necesidad de las empresas de adaptarse al día a día de los clientes, que están en conexión permanente con los dispositivos digitales, cargados de inmediatez. Debemos verla como un proceso de transformación digital que se centra en el cliente y en los continuos cambios tecnológicos. Para ello, es importante, por un lado, definir una estrategia que integre tanto los canales on como los offline, pero además completar el conocimiento que tenemos ya de los canales tradicionales con las nuevas herramientas digitales.

Objetivo

A través de esta formación, se trata de que las personas participantes tengan los conocimientos necesarios para:

- Crear, implantar o mejorar la estrategia omnicanal de su empresa de manera que se consigan los objetivos marcados.
- Crear nuevos canales que estimulen mayores ventas.
- Mejorar la coordinación entre todos los canales de la empresa.
- Mejorar la experiencia de compra de sus clientes.
- Fidelizar clientes a través de una estrategia diferencial de comunicación. Accesibilidad.
- Adaptarse a un cliente interconectado, ávido de información e inmediatez.
- Conocer cómo y a través de qué canales podemos introducir nuestra marca en la ruta

de los clientes.

- Conocer el funcionamiento de los principales canales online y su aplicación práctica.

Metodología

La formación es eminentemente práctica. Se estructuran de forma más teórica los conceptos fundamentales y a continuación se ponen en práctica con los participantes, a través de la metodología del caso.

Programa

1. ANÁLISIS DEL PROCESO COMERCIAL EN MI EMPRESA Y CANALES ASOCIADOS A CADA HITO
 - El “viaje” del cliente por tu empresa a través de diferentes canales.
 - Cómo mejorar nuestra experiencia de compra.
2. MAPA CRÍTICO DE INTERESES DE MI CLIENTE. EXPECTATIVAS Y MOTIVADORES DE COMPRA UNIVERSALES
3. ESTRATEGIA OMNICANAL
 - Canales disponibles. Selección.
 - Objetivos por cada canal. ¿Para qué?
 - Qué intereses, motivaciones o necesidades cubre cada canal.
 - Coordinación entre diferentes canales.
4. DOMINIO DE CANALES. ELEMENTOS A TENER EN CUENTA EN LA OPERATIVA DE CADA CANAL DE COMUNICACIÓN
 - Canales: RRSS. Correo. Teléfono. Reuniones. Ferias. Work Shop. Otros.
 - Uso eficiente del lenguaje.
5. HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL
 - Google Ads.
 - Publicidad en Redes Sociales.
 - o Facebook.
 - o Instagram.
 - o YouTube.
 - Social Selling.
 - o Uso eficiente de LinkedIn.
6. ANALÍTICA DIGITAL
 - Google Analytics.

Ponentes

Ana Blanco

Licenciada en Filosofía y Ciencias de la Educación, especializada en Psicología.

Socia-Directora de Grupo Bentas, Especialistas formadores.

Experta en Negociación Comercial y P.N.L.

Ha desarrollado su carrera profesional siempre en el mundo de las ventas, 30 años creando, formando y dirigiendo equipos multidisciplinares bajo la presión de una cuenta de explotación.

Pablo Jiménez

Experto en Marketing Digital y Comunicación Online

Fundador de otromarketing.es – pensamiento digital.

Empezó su carrera profesional en Blockbuster, donde permaneció casi dos años.

Posteriormente ha trabajado en TNT Express, coordinando el área de Marketing y Comunicación y en Hydro Building Systems, en el área de Marketing, Comunicación y Planificación Comercial.

Otros datos relevantes

- **Fecha, duración y lugar**

- Días 20 y 27 de febrero de 2020. De 9.00 a 14.00 y de 15.00 a 18.00 horas.

Cámara de Gipuzkoa. Avda. de Tolosa, 75. 20018 Donostia.

- **Precio**

- 420 euros (almuerzos incluidos).
(Se retendrá un 30% en cancelaciones efectuadas entre 5 y 2 días antes del comienzo del curso y el 100% el día anterior al inicio).

FUNDAE

Las inscripciones podrán bonificarse parcialmente en las cuotas de la Seguridad Social a través de la encomienda de gestión a Cámara de Gipuzkoa.

Información

943 000284

bikain@camaragipuzkoa.com