

LA INTEGRACIÓN DE LOS CANALES DIGITALES EN LA ESTRATEGIA COMERCIAL

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Ventas

OBJETIVOS

- » Definir y conocer las estrategias de Prospección y Captación de clientes potenciales.
- » Gestionar y enriquecer las BBDD. Implantar procesos de scoring y cualificación.
- » Desarrollar un programa de contactos continuados con los prospects: Prospect Contact Program.
- » Aprender a implantar cuadros de mando de información: los KPI's y ratios de conversión.
- » Implantar y planificar un programa de contactos continuados con el cliente: Customer Contact Program.
- » Entender e interpretar el entorno legal en el tratamiento de los datos de carácter personal.

PROGRAMA - FASES

- » Introducción a los modelos de estrategia de prospección y captación.
- » Acciones de captación. Canales on web, off web, y convencionales.
- » Del dato a la información Estructura y lógica de las bases de datos.
- » Prospect Contact Program. Estrategia de contacto. Planificación del contacto.
- » Métricas y control. Cuadro de Mando.
- » Integración en el ciclo de vida del cliente. De prospect a customer.
- » Entorno legal: LOPD y LSSI.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores comerciales, Jefes de venta, Delegados Comerciales de alto potencial para dirigir equipos.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*