



esi **s**
ÁREA
F. SUBVENCIONADA



CURSO GRATUITO DE **Marketing on-line y habilidades comerciales**

DURACIÓN

90 horas

LUGAR DE REALIZACIÓN

On-line

INTERESADOS CONTACTAR CON:

- Escuela Superior de Diseño | ESI Valladolid
- Teléfono: 983 397 622 ext. 102
- e-mail: cursoscomercio@esivalladolid.com

Curso Gratuito, dirigido a trabajadores ocupados y autónomos del sector del **comercio**.

Plazas limitadas para desempleados

Formación 100% Subvencionada

esi ESCUELA SUPERIOR
DE DISEÑO



Descripción del curso

El marketing digital (o marketing online) es un concepto muy amplio, ya que engloba todas aquellas acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet: webs y blogs, redes sociales, plataformas de vídeo, foros, etc. Hoy es una herramienta indispensable en todas las empresas como estrategia comercial para promover sus productos y servicios.

Objetivos

- Realizar las operaciones básicas de diseño y promoción de sitios web teniendo en cuenta el comportamiento del cliente on line, la navegabilidad y las técnicas de publicidad on line, a partir del marketing on line.
- Adquirir conocimientos para el desarrollo de habilidades comerciales y conocer, analizar y acercarse a los hábitos de los clientes y el proceso y las técnicas de venta para garantizar su cierre, todo aplicado a la venta on_line

Dirigido a



A todas aquellas personas que trabajen en el **sector del comercio** .

SITUACIÓN LABORAL

- Trabajadores por cuenta ajena: personas que actualmente están trabajando con contrato laboral en convenio colectivo relacionado con comercio.
- Autónomos que estén dados de alta en cualquier epígrafe relacionado.
- Desempleados inscritos como demandantes de empleo, (plazas limitadas)

Diploma

Una vez finalizado el curso, recibirás un diploma emitido por el Servicio Público de Empleo, de los programas formativos de las especialidades

- COMM031PO: MARKETING ON LINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB
- COMT051PO HABILIDADES COMERCIALES

Temario

Unidad I: MARKETING ON LINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB (30 horas)

1. INTERNET MARKETING: CONCEPTOS GENERALES Y HERRAMIENTAS

- 1.1. El Concepto Marketing.
- 1.2. Etapa de orientación a la producción.
- 1.3. Orientación a las ventas.
- 1.4. De la etapa de ventas al marketing.
- 1.5. El marketing tras la llegada de Internet.
- 1.6. Breve historia de Internet.
- 1.7. Internet como herramienta de marketing.
- 1.8. Beneficios de Internet para el Marketing.
- 1.9. Diferencias de ideas y conceptos entre el marketing online y el marketing tradicional.
- 1.10. Los catálogos electrónicos.
- 1.11. El nacimiento del marketing electrónico.
- 1.12. Cómo desarrollar un Electronic Marketing Plan (EMP).

2. EL PLAN DE MARKETING

- 2.1. Las fases de un e-Marketing Plan (EMP).
- 2.2. Análisis de la situación.
- 2.3. Análisis interno de la propia empresa.
- 2.4. Análisis del entorno.
- 2.5. Entorno general.
- 2.6. Entorno comercial.
- 2.7. Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades.

2.8. Los objetivos de un e-Marketing Plan (EMP).

2.9. El Modelo AIDA. Las variables del e-Marketing Mix.

3. EL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE ONLINE

- 3.1. Las variables en los modelos de comportamiento del consumidor.
- 3.2. Las variables Independientes.
- 3.3. Características personales.
- 3.4. Características ambientales.
- 3.5. Las variables intervinientes (Moderadas).
- 3.6. Las variables dependientes: Las decisiones de compra.
- 3.7. El proceso de toma de decisión del consumidor.
- 3.8. Modelo genérico de decisión de compra.

4. CÓMO PROMOCIONAR Y CONSTRUIR UN SITIO WEB

- 4.1. Plataforma: el proceso de construcción de un sitio web.
- 4.2. Front-office y Back-office.
- 4.3. Fases proceso de construcción de un sitio web.
- 4.4. Seleccionar un modelo de hospedaje o alojamiento Web.
 - 4.4.1. Registrar un nombre de dominio.
 - 4.4.2. Crear y administrar el contenido.
- 4.5. Diseñar el sitio web.
 - 4.5.1. Construir el sitio web y probarlo.
- 4.6. Presentación: el diseño efectivo de un sitio web WON versus WOE.



Temario (cont.)

- 4.6.1. La estructura de un sitio web.
- 4.6.2. La estructura jerárquica.
- 4.6.3. Otras estructuras no jerárquicas.
- 4.7. La página de bienvenida (homepage).

5. NAVEGABILIDAD

- 5.1 Las barras de navegación.
- 5.2 Los mapas del sitio web.
- 5.3 Herramientas de búsqueda y ayudas.
- 5.4 Consistencia.
- 5.5 Rendimiento.
- 5.6 Apariencia.
- 5.7 Control de la calidad.

6. ¿QUIÉNES CONSTRUYEN LOS WEB SITES?

- 6.1. Los contenidos.
- 6.2. Las cookies como herramienta de ayuda a la personalización de contenidos.
- 6.3. Como atraer navegantes a un sitio web.
- 6.4. Estrategias online.
- 6.5. Posicionamiento en buscadores.
- 6.6. Titles.
- 6.7. META description.
- 6.8. META keywords.
- 6.9. HTML body structure.

7. ALGUNOS CONSEJOS ADICIONALES

- 7.1. Publicidad on-Line.
- 7.2. Banners.
- 7.3. Alternativas a los banners convencionales.

- 7.4. Cómo se contrata la publicidad online.

8. ALGUNOS CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA PUBLICIDAD ONLINE

- 8.1. Formas de contratación de publicidad online.
- 8.2. Programas de afiliación.
- 8.3. E-Mail marketing.
- 8.4. Ventajas de la publicidad online.
- 8.5. Estrategias offline.

Unidad II: HABILIDADES COMERCIALES (60 horas)

1. PROACTIVIDAD COMERCIAL.

- La importancia de ser proactivo.
- El esfuerzo continuado.
- La orientación al cliente.
- La imagen que transmitimos al cliente.
- Planificación y optimización de recursos.
- Reglas para ser Proactivos.

2. LA ATENCIÓN Y GESTIÓN TELEFÓNICA DE CLIENTES

- La Orientación al Cliente.
- Proceso de asesoramiento comercial a clientes.
- Atención de las necesidades del cliente.
- Incrementar el valor de los clientes actuales.
- Elementos que interviene en la comunicación.
- La expresión verbal.
- El lenguaje positivo y negativo.



Temario (cont.)

- La entonación.
- La articulación.
- La escucha activa.
- Descubrir necesidades.
- Llamadas de petición de información.
- Tratamiento de reclamaciones.

3. LA ENTREVISTA COMERCIAL.

- Preparación de la Entrevista Comercial.
- La entrevista comercial y la Comunicación.
- Estructura de la Comunicación.
- La Comunicación No Verbal.
- La mirada, los gestos y posturas, la voz.
- La Comunicación Verbal.
- El saludo y la presentación.
- La detección de necesidades.
- Las preguntas.
- La escucha activa y la empatía.
- La capacidad de sintonizar emocionalmente con la otra persona.
- Las habilidades comerciales como Emisores y como Receptores de la comunicación.
- Defectos y barreras para una buena Comunicación.

4. CONVERTIR OPORTUNIDADES EN NECESIDADES.

- El proceso comercial y la detección de oportunidades.
- Proceso de asesoramiento comercial a clientes.

- Atención de las necesidades del cliente.
- Incrementar el valor de los clientes actuales.
- La venta cruzada.
- Beneficios de la venta cruzada.
- Cómo enfocar la venta cruzada.
- Generación de confianza.

5. ARGUMENTACIÓN COMERCIAL.

- Las características del producto o servicio.
- Las ventajas comerciales del producto o servicio.
- Los beneficios del producto o servicio.
- Secuencia de la Argumentación Comercial: Apertura.
- Secuencia de la Argumentación Comercial: Desarrollo.
- Secuencia de la Argumentación Comercial: Demostración.
- Secuencia de la Argumentación Comercial: Presentación de Beneficios.
- La argumentación: esquema a seguir.
- Algunas recomendaciones prácticas para la Argumentación Comercial.

6. TRATAMIENTO DE OBJECIONES.

- Tratamiento de objeciones.
- Qué debemos hacer cuando el cliente dice nos plantea una objeción.
- Tipos de Objeciones y formas de afrontarlas.



Temario (cont.)

- Técnicas para rebatir objeciones.
- Reglas de oro en el tratamiento de objeciones.

7. EL CIERRE DE VENTAS.

- Actividad.
- El cierre de la venta.
- Fases en el proceso de cierre de la venta.
- Las señales de compra.
- Algunos tipos de señales de interés.
- Requisitos para el cierre de venta.
- Técnicas de cierre.

8. FIDELIZACIÓN Y SEGUIMIENTO DE CLIENTES.

- Concepto de fidelización de clientes.
- Gestión de clientes.
- Vinculación de clientes.
- Ventajas de la fidelización.
- Factores de fidelización.

9. ATENCIÓN EFICAZ AL CLIENTE.

- La orientación al cliente.
- La comunicación con el cliente.
- Escuchar al cliente.
- La importancia de la imagen.
- Evitar una imagen negativa.
- La expresión verbal.
- La calidad de la voz.
- Comunicación no verbal.
- La oficina o establecimiento, y el puesto de trabajo.

- Cómo tratar a nuestros clientes según su actitud.

10. LA COMUNICACIÓN Y EL LENGUAJE NO VERBAL PARA EL ÉXITO DE LA VENTA.

- El proceso de la venta y la comunicación.
- Estructura de la comunicación.
- Preparación de la venta.
- La venta.
- La comunicación no verbal.
- La mirada.
- Los gestos y posturas.
- La voz.
- Comunicación verbal: la primera impresión.

11. TÉCNICAS EFICACES PARA EL CIERRE DE VENTAS.

- El cierre de venta.
- Fases en el proceso de cierre de la venta.
- Señales de compra.
- Algunos tipos de señales de interés.
- Requisitos para el cierre de venta.
- Técnicas de cierre .
- Después del cierre.
- Actividad.
- El Cierre Venta.
- Seguimiento de la venta.



CURSO GRATUITO DE
Marketing on-line
y habilidades
comerciales

esi

ESCUELA SUPERIOR
DE DISEÑO

