

PROGRAMA FORMATIVO:

MARKETING DIGITAL Y VENTA CONSULTIVA

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD

1. Familia Profesional: COMERCIO Y MARKETING

Área Profesional: COMPRAVENTA

2. Denominación: MARKETING DIGITAL Y VENTA CONSULTIVA

3. Código: COMT02EXP

4. Nivel de cualificación: 2

5. Objetivo general:

Desarrollar la labor comercial y las funciones propias de un comercial en la era digital, establecer los mecanismos de comunicación, marketing digital y venta consultiva.

6. Prescripción de los formadores:

6.1. Titulación requerida:

Titulación universitaria: Diplomado, Licenciado o Grado; Grado Superior de la familia profesional de Comercio y Marketing.; Certificados de profesionalidad de nivel 3 del área de Compraventa de la familia profesional de Comercio y marketing.

6.2 Experiencia profesional requerida:

Deberá tener un año de experiencia profesional en este ámbito laboral.

6.3 Competencia docente:

Será necesario tener experiencia metodológica o experiencia docente, de 150 horas.

7. Criterios de acceso del alumnado:

7.1. Nivel académico o de conocimientos generales:

Título de Graduado en Educación Secundaria con experiencia demostrada de cinco años en el sector comercial; Bachiller o grado medio de formación profesional con dos años de experiencia demostrada en el sector comercial.

Conocimientos de informática a nivel de usuario y de uso de internet.

8. Número de participantes:

Máximo 24 participantes para cursos presenciales.

9. Relación secuencial de módulos formativos:

- Módulo 1: Del comercial tradicional al comercial digital. Venta consultiva y sus herramientas.
- Módulo 2: Comunicación, relación y colaboración comercial.
- Módulo 3: Marketing digital.

10. Duración:

Horas totales: 190

Distribución horas:

- Presencial 190 horas

11. Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento

11.1. Espacio formativo:

- Aula de gestión de 45 m² para 15 alumnos

Cada espacio estará equipado con mobiliario docente adecuado al número de alumnos, así mismo constará de las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo del curso.

11.2. Equipamiento:

- Aula de gestión:
 - Mesa y silla para el formador
 - Mesas y sillas para el alumno
 - Material de aula
 - Pizarra
 - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyector e internet para el formador
 - PCs instalados en red e internet con posibilidad de impresión para los alumnos
 - Software específico para el aprendizaje de la acción formativa

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

MÓDULOS FORMATIVOS

Módulo nº 1

Denominación: Del comercial tradicional al comercial digital. Venta consultiva y sus herramientas.

Objetivo: Analizar la evolución del comercial y las técnicas de venta, describir la venta consultiva y las herramientas que se utilizan.

Duración: 70 horas

Contenidos teórico- prácticos:

- 1.- Evolución del comercial y la venta:
 - "Del comercial tradicional al Comercial del siglo XXI"
 - Internet y la Transformación Digital.
- 2.- Desing Thinking:
 - Ideas centradas en las personas.
 - Identificar las necesidades de los usuarios.
 - Conociendo a los usuarios.
- 3.- Venta consultiva y herramientas de google:
 - ¿Qué es la venta consultiva?
 - ¿Vender es un arte?
 - Mundo Google.
- 4.- Marca personal y presencia digital:

- Marca personal para el comercial digital.
- Marca personal – Personal Branding.
- Creando tu Identidad profesional.
- Creación, optimización y estrategia en redes sociales.
- Creamos nuestra web.
- Taller WordPress.

5.- E-commerce

- E-commerce y estrategia digital.
- E-commerce.

Módulo nº 2

Denominación: Comunicación, relación y colaboración comercial.

Objetivo: Efectuar una adecuada comunicación, relación y colaboración en entornos digitales, utilizando las herramientas adecuadas.

Duración: 80 horas

Contenidos teórico- prácticos:

1.- La comunicación:

- La comunicación comercial.
- El mensaje comercial.
- Comunicación escrita.

2.- Contenido multimedia necesario para estar presente en el mundo digital:

- Mi Blog.
- Redacción en Internet.
- Copywriting.
- Marketing de contenidos.
- Los eventos corporativos como estrategia de venta.
- Contenido Multimedia.

3.- Diagnosticar oportunidades, objetivos, estrategias y acciones:

- Metodología de la venta consultiva de soluciones.
- El Proceso de Venta.
- Método de Ventas (DOSAR).
 1. Diagnóstico. Proceso y calificación.
 2. Objetivos de la Oportunidad de negocio.
 3. Estrategia de desarrollo.
 4. Acciones.
 5. Resultados y evaluación.
- Cómo acceder a la persona con poder de decisión.
- El cliente.
- El método SPIN Selling.
- Taller práctico para comerciales digitales.
- La visita comercial.
- Primeros pasos como comercial digital en una empresa.
- Taller CRM Suma CRM.
- Plan de ventas.

Módulo nº 3

Denominación: Marketing digital.

Objetivo: Diseñar un proyecto de marketing digital.

Duración: 40 horas

Contenidos teórico- prácticos:

- Marketing digital.

- Email Marketing.
- Posicionamiento en buscadores (SEO).
- Analítica digital.
- Marketing, comercialización y digitalización.
- Finalización y presentación de proyectos.
- Ensayo general por equipos.
- Presentación y valoración de los proyectos con jurado.