

# **Desarrollo del programa del curso**

**Vender por internet: Nociones básicas.  
14 horas**

## Objetivos generales

---

Al finalizar el taller, el participante será capaz de:

- Entender las ventajas de incorporar la venta digital como un canal de venta adicional.
- Comprender el concepto de omnicanalidad y sus implicaciones.
- Conocer los principales desafíos que implica adoptar las ventas digitales desde la perspectiva de la gestión comercial.
- Conocer los principios básicos del marketing digital.

## Contenidos

---

### 1. ¿Necesito vender por internet? (2 h.)

#### OBJETIVOS

---

- Cambios en los hábitos de los consumidores.
- Los pros y contras que enfrentan las pymes para dar el salto a las ventas digitales.

#### TEORÍA

---

##### 1.1. ¿Necesito vender por internet?

Pros y contras de las ventas digitales

### 2. ¿Cómo puedo definir la estrategia de ventas más adecuada para mi pyme? (2 h.)

#### OBJETIVOS

---

- Comprender los beneficios de integrar los canales de ventas tradicionales con las ventas digitales.
- Descubrir las opciones disponibles para integrar las ventas digitales.

#### TEORÍA

---

2.1. ¿Cuáles son los principales obstáculos para comenzar con las ventas digitales?.

2.2. ¿Cuál es la opción más conveniente para vender productos de forma online?.

### **3. Diseño de la organización comercial para integrar las ventas digitales (2 h.)**

#### **OBJETIVOS**

---

- Descubrir los diferentes tipos de organización comercial.
- Valorar cuáles son las organizaciones comerciales más convenientes según la segmentación de clientes.
- Analizar los fundamentos para pasar de las ventas en los canales tradicionales a las ventas digitales.

#### **TEORÍA**

---

- 3.1. ¿Cuáles son los tipos de organizaciones comerciales?
- 3.2. ¿Cuál es el diseño comercial más adecuado?
- 3.3. Pasar de las ventas tradicionales a las ventas digitales con un enfoque omnicanal

### **4. Introducción al marketing digital (2 h.)**

#### **OBJETIVOS**

---

- Conocer qué es el “contenido de marca” y cómo usarlo para atraer clientes.
- Describir el proceso del embudo de ventas digitales.
- Conocer que existen analíticas para maximizar el retorno de nuestra inversión..

#### **TEORÍA**

---

- 4.1. ¿Qué es el marketing digital y cómo puedo utilizarlo? ¿Cuál es el diseño comercial más adecuado?
- 4.2. ¿Qué es el contenido de marca y cómo puedo usarlo para atraer clientes?
- 4.3. ¿Qué es el embudo de ventas?
- 4.4. ¿Cuándo debemos comenzar con anuncios online y el sem?

### **5. Las Redes Sociales en el marketing digital (2 h.)**

#### **OBJETIVOS**

---

- Conocer el rol de las redes sociales en la estrategia digital de nuestro negocio.
- Resumir qué puede aportar cada red social a nuestro negocio.
- Conocer que existen analíticas de redes sociales para maximizar el retorno de nuestra inversión.

## TEORÍA

---

5.1. ¿Cómo usar las redes sociales para atraer clientes?

## 6. El marketing y la presencia online (2 h.)

### OBJETIVOS

---

- Conocer los pilares de una presencia online efectiva.
- Explicar los fundamentos básicos para la creación de una web propia.
- Definir los fundamentos de email marketing y blogging.
- Resumir la creación de una marca digital.

### TEORÍA

---

¿Qué debemos tener en cuenta al crear nuestra web?

¿Cómo transmitir nuestra identidad de marca a través de nuestra web?

¿Cómo creamos nuestra web?

¿Cómo comienzo un blog y qué es un plan editorial?

¿Qué es el email marketing y cómo utilizarlo?

En ventas digitales: imagen vale más que mil palabras

## 7. Las ventas digitales utilizando Amazon (2 h.)

### OBJETIVOS

---

- Descubrir cómo acelerar el crecimiento de nuestro negocio mediante las ventas online.
- Explicar cómo podemos utilizar Amazon para expandir nuestro negocio por Europa y más allá.
- Conocer los diversos servicios adicionales de Amazon que podemos usar para optimizar las operaciones

1. ¿Cómo funciona el servicio de amazon para empresas?
2. Elementos claves del servicio de AMAZON para empresas
3. El salto internacional en las ventas online