

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

E-COMMERCE Y MARKETING DIGITAL

DESCRIPCIÓN GENERAL

Internet y las nuevas tecnologías han cambiado nuestras vidas y la forma como las empresas hacen negocios. En este entorno cada vez más competitivo, el Marketing como disciplina orientada a identificar y satisfacer las necesidades de un consumidor cada vez más informado, ha cambiado significativamente.

Conocer los retos y oportunidades que ofrece este nuevo medio digital se ha convertido para las empresas en una necesidad para lograr ser competitivo, logrando captar y fidelizar clientes que son mucho más exigentes que antes. Las nuevas herramientas que Internet provee a los profesionales de Marketing facilita el “diálogo” con el cliente, permitiéndole conocer mejor sus necesidades y con ello abrir nuevas oportunidades para personalizar la oferta al consumidor orientado a cumplir y superar sus expectativas.

El alto impacto en los negocios de los medios digitales añadido al crecimiento exponencial de la telefonía móvil en los últimos años, ha convertido este medio en una herramienta potente que, siendo bien utilizada por los profesionales de Marketing, permite desarrollar campañas efectivas y segmentadas dado el carácter personal, de portabilidad e inmediatez de respuesta asociados a la telefonía móvil.

Como metodología de enseñanza se presentarán los conceptos y contenidos descritos y se utilizarán casos reales como herramienta para debatir e intercambiar ideas y experiencias

DIRIGIDO A

Este curso está dirigido a profesionales interesados en desarrollarse en el mundo online y marketing digital. Profesionales del área de Marketing, Product Managers, Brand Managers, Gerentes de Marketing, responsables de canales online en empresas y profesionales vinculados a emprendimientos del sector Internet.

OBJETIVO

El presente curso tiene como propósito principal brindar al participante los conocimientos para aplicar las herramientas digitales como apoyo a la gestión

integral de clientes, analizar los cambios e impacto de Internet y los medios sociales en los negocios tradicionales, analizar el impacto de la telefonía móvil y el uso efectivo de este medio para realizar acciones de Marketing. Los participantes desarrollarán como trabajo final un Plan de Marketing Digital, que les permitirá poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el curso. Este plan se constituye en una hoja de ruta para las decisiones a tomar en el lanzamiento y gestión del entorno online de la empresa.

TEMARIO

- Introducción al e-Business, impacto estratégico de la Economía de la Información
 - El cambio en la relación con el consumidor
 - Modelos de negocios en Internet
 - Modelo de difusión de las innovaciones
- Comercio Electrónico
 - Modelos de negocio y factores clave de éxito
 - Aplicación de 4Ps del Marketing (precio, producto, plaza y promoción) al comercio electrónico
 - Seguridad y medios de pago en Internet
- Comercio Electrónico – B2C
 - Modelos basados en precios dinámicos: Subastas Online
 - Comercio Electrónico – Compras Grupales
 - Comercio Electrónico – Supermercados online
- CRM – Customer Relationship Management
 - El Marketing relacional
 - Mejores prácticas CRM: Marketing, Ventas, Servicio
 - Los desafíos de la multicanalidad
 - Análisis del valor del cliente en el tiempo (LTV)
- Social Media Marketing
 - El poder del consumidor: del consumer al prosumer
 - Estrategia de explotación de las redes sociales
 - Herramientas de gestión de redes sociales
- Marketing en buscadores
 - Search Engine Optimization (SEO) y Search Engine Marketing (SEM)
 - Técnicas de posicionamiento en buscadores
- Investigación de mercado online
 - El sistema de inteligencia de Marketing
 - Criterios de segmentación específicos de Internet
 - Técnicas de información primaria por Internet
- Plan de Marketing Digital
 - Creación de un plan de marketing digital
 - Estrategias online / off line
 - Claves del nuevo Marketing: 4Ps

- **Mobile Marketing:**
 - El celular en el proceso de convergencia
 - Servicios móviles basados en localización
 - Publicidad móvil
- **Outsourcing de Tecnologías de Información y Cloud Computing**
 - Arquitectura tecnológica
 - Servicios en la nube
- **Dinámicas y análisis de casos para todos los temas sugeridos**

EXPOSITOR: Giulio Franz Marchena Sekli

El profesor Marchena es Magister en Administración Estratégica de Empresas en CENTRUM Católica del Perú, graduado dentro del cuadro de honor. Es Master Internacional de EADA de Barcelona, Ingeniero de Sistemas titulado, certificado en Tecnologías Microsoft, Gestión de Proyectos e ITIL.

Amplia experiencia como Consultor en Proyectos, con especialización en el desarrollo de aplicaciones basadas en Office System, Portales de Colaboración, Inteligencia de Negocios y aplicaciones basadas en tecnología .NET, para diferentes clientes de la Región Andina y Latinoamérica. Actualmente se desempeña como Gerente Adjunto en el Área de Gestión de Servicios de TI en una importante empresa del sector financiero peruano y como consultor senior asociado para Microhelp, empresa de consultoría de sistemas y estrategias digitales.

DURACIÓN: 24 HORAS

DIAS: SÁBADO