



Estrategias de Ventas Efectivas: un paso delante de la competencia



DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso ilustra cómo una organización puede aprovechar el poder de las redes sociales integrándolo a su Plan de Marketing y convirtiéndolo en estrategia de negocio. Los estudiantes explorarán las ventajas de la comprensión de los conceptos vinculados a una estrategia de omni canalidad; su integración y desarrollo del plan de social media en tus estrategias de relación, comunicación y venta con tus clientes actuales y potenciales.

DIRIGIDO A

El curso se dirige a profesionales y emprendedores interesados en profundizar y actualizar sus conocimientos, destrezas y habilidades en el ámbito de la estrategia de redes sociales y la creación de valor para la organización y sus clientes. El curso beneficiará a todo aquel interesado en adquirir los aspectos fundamentales asociados a la gestión de las redes sociales para crear conciencia, generar engagement y capturar oportunidades. El curso se recomienda a toda persona interesada, del ámbito empresarial y de entidades sin fines de lucro, en aprender cómo crear valor a partir del uso de los diferentes canales digitales para satisfacer las necesidades y motivaciones de clientes y usuarios, superando a la propuesta de la competencia y las expectativas de clientes y usuarios. La idea es crear valor usando los canales digitales, entendiendo sus posibilidades y riesgos.

OBJETIVO GENERAL

- Brindar al participante los conocimientos necesarios para diseñar la estrategia de social media para su empresa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Entender las redes sociales y cómo éstas son aplicadas por los profesionales del marketing en el mundo.
- Brindar la metodología para diseñar un plan de social media para transformar la experiencia del cliente con una estrategia de visión omnicanal medible.
- Conocer el ecosistema social media, desarrollo de tácticas virales y gestión de la reputación.

TEMARIO

- Introducción al social media.
- Consumidores sociales.
- Plataformas sociales.
- Estrategia Social Media.
- Gestión y reputación online.
- Contenido y gestión diaria de redes sociales.
- Métricas de Social Media.
- Gestión de equipo social media.

METODOLOGÍA

El método de enseñanza promueve la participación activa del participante en su proceso de aprendizaje durante las sesiones y se orienta al logro de los objetivos enunciados, mediante la activa participación en clases y en las presentaciones y actividades a realizar durante las sesiones, las lecturas recomendadas para cada sesión y las discusiones acerca de temas propuestos en cada sesión.

La metodología del curso es eminentemente aplicada en torno a la ejecución de un proyecto de social media (a realizar en grupos de 3 o 4 participantes). Los grupos de trabajo serán conformados al inicio del curso, presentarán sus avances quincenalmente para la discusión general, y expondrán sus trabajos finales durante la última sesión del curso.

EXPOSITOR: ALEJANDRO SERKOVIC LOLI

El Profesor Serkovic es egresado del Máster en Márketing de Centrum de la Pontificia Universidad Católica del Perú; Comunicador de la Universidad de Lima, distinguido con honores.

En el ámbito laboral, ha sido Director de Contenidos en la agencia Efecto Estrategia, así como en el mismo rubro: Director de Estrategia en la agencia La Naranja Media y Gerente de Ecommerce en Ecom ventures. Viene ejerciendo la Docencia Universitaria a tiempo parcial desde hace 5 años, en la especialidad de Marketing y Comunicación Digital, con énfasis la creación de valor a través del contenido y el manejo de canales digitales.

Actualmente es Director General Creativo de Métrica Digital SAC y Profesor del Área Académica de Marketing Digital en CENTRUM Católica Graduate Business School.

DURACIÓN: 24 HORAS

DÍA: VIERNES