

Programa
Especialista
de Ventas Digitales
PEVD

Uso las redes sociales,

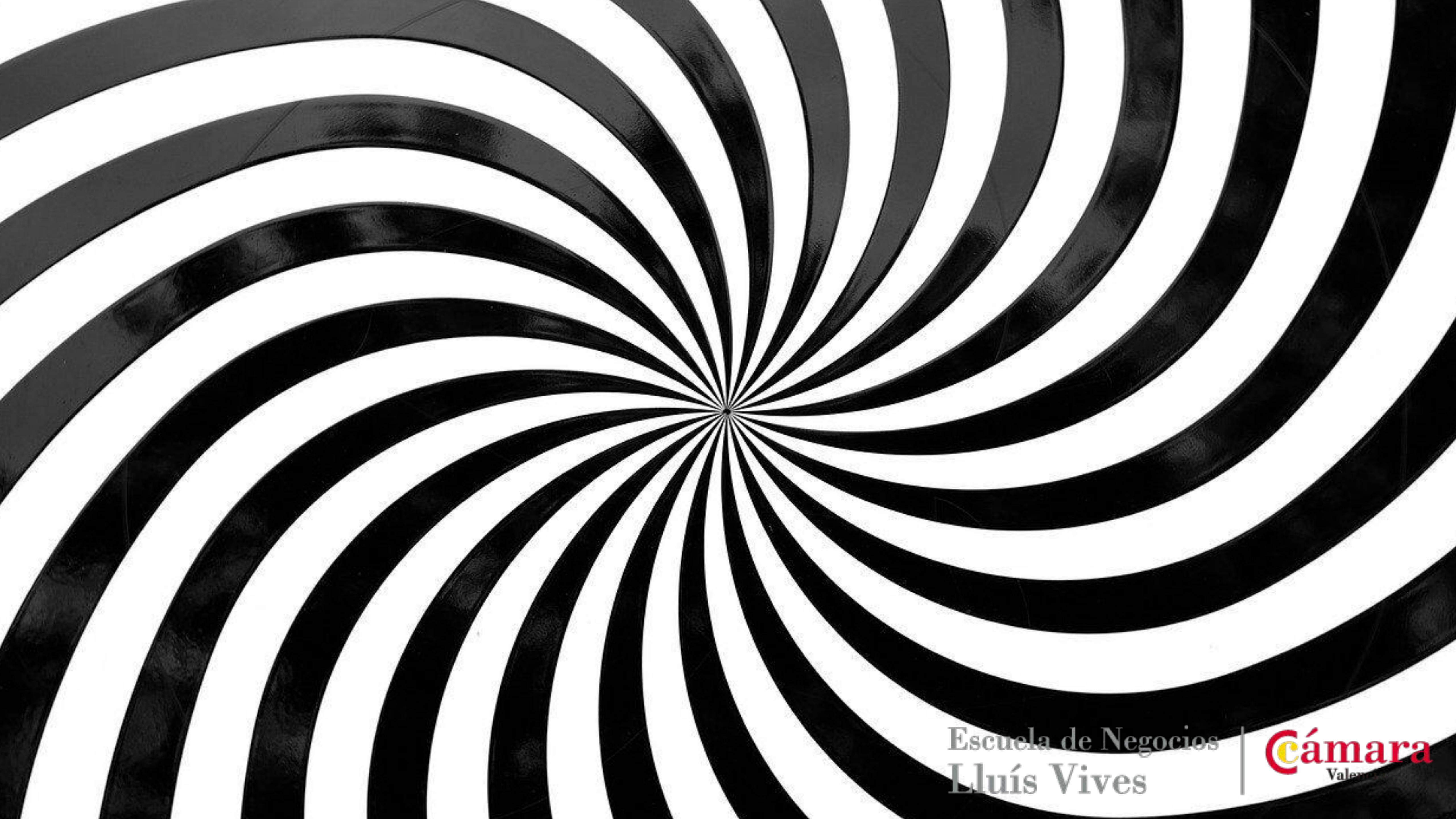
me escriben en la web por mi formulario de contacto,

pero no vendo. Mejor dicho, NO ME COMPRAN!

De repente cierro los ojos y sueño que...



**Hago una publicación en LinkedIn,
Un cliente potencial me escribe,
y me dice que en menos de un mes quiere
trabajar conmigo!!**



Escuela de Negocios
Lluís Vives

Cámara
Valencia

Bienvenido al PEVD

Pedro Redondo

Ingeniero de procesos digitales

Director académico

Escuela de Negocios
Lluís Vives

Cámara
Valencia

Vamos a tomarlo a modo ejemplo



Pedro Redondo Gomez

Director de bilnea | Ingeniero de procesos digitales para #pymes | Advisor...

3 días • Editado •

CPM = coste cada mil impresiones / impactos

CPC = coste por cada clic que va a tu web

CPL = coste por cada lead que entra en tu funnel

CPA = coste por cada adquisición (cliente/compra)

Si tu equipo de marketing no te habla aún en estos términos, puede que tengas un equipo, también necesario, solo de comunicación.

Más info sobre estos y otros términos en nuestro diccionario de marketing digital

<https://lnkd.in/eHRNQBZ>

FeliCPL SabaCPA ;)



Recomendar Comentar Compartir Enviar

2295 visualizaciones de tu publicación en el feed



EBOOK

DICCIONARIO DE MARKETING DIGITAL

Para hablar como un experto marketero necesitas conocer los conceptos. Descárgate nuestro ebook y aprende los diferentes términos que te llevarán a hablar un mismo lenguaje. ¿Preparado?

[¡DESCÁRGALO AHORA!](#)

[← Volver a todos los recursos](#)

DICCIONARIO DE MARKETING DIGITAL

Alcance, blockchain, cookies, ...¿Te suenan?

Nombre* Apellidos*

Correo* Número de teléfono

Empresa*

¿Estás interesado en mejorar tu Marketing Digital?*

Seleccionar

Acepto recibir otras comunicaciones de Bilinea Digital S.L.

Acepto permitir a Bilinea Digital S.L. almacenar y procesar mis datos personales.*

[Enviar](#)

ver enlace: <https://lnkd.in/eHRNQBZ>

Vamos a tomarlo a modo ejemplo

S	Sergio Olive	sergeiolive@gmail.com	6672
S	S Membrilla López	susana.dinamizacion@gmail.com	--
M	Maribel Sáez	maribelcosaswonder@yahoo.es	6082
M	Alfonso Macián	macianfresquet@gmail.com	6613

Fecha de conversión a suscriptor	21 de mar. de 2021 8:15
Fecha de creación	21 de mar. de 2021 8:15
Nombre	Ser
Nombre de la empresa	Sp
Número de teléfono	66
¿Estás interesado en mejorar tu Marketing Digital?	Sí, en el próximo mes

WOW!!
y todo automatizado!

| ¿Arrancamos?

Vamos a **Conectar con el cliente**

- Marca Personal
- Branding corporativo
- Inteligencia emocional
- Productos digitales
- Herramientas
 - Visibilidad: LinkedIn, Google y canales de terceros
 - Gestión: web, competitividad y CRM
 - Retención: email y sistema de mejora continua

MODULO 1. Conectar con el cliente (19 horas)

Paso 1. Diagnóstico. ¿De dónde partimos con tu marca personal?

Paso 2. Sesión inaugural con experto en ventas SORPRESA. (2h)

Presentación de la Escuela, del programa y del claustro

Incluye debate posterior y networking

Paso 3. Contenidos grabados del módulo 1. (5h)

- Aspectos clave en tu marca personal (1h) **Susana Lluna**
- Branding corporativo. Crearlo y gestionarlo (1h) **Javier Corral**
- Inteligencia emocional para las ventas (1h) **Bárbara Fernández**
- LinkedIn como herramienta de visibilidad (1h). **Pedro Redondo**
- Aspectos clave en gestión digital: web, competitividad y CRM (1h). **Marcos García**

Paso 4. Presentación en vídeo de la tarea módulo 1.

Paso 5. Test evaluación módulo 1 y entrega tarea módulo 1.

Paso 6. 2 sesiones presenciales con Pedro Redondo y Marcos García para aplicar todo lo aprendido a nuestra marca y modelo de negocio. **(10h).**

Paso 7. Sesión con PROFESOR SORPRESA. (2 horas)

Incluye debate posterior y networking

Vamos a **Conseguir ser una opción válida**

- Análisis de necesidad
- Generación de propuesta
- Presentación de propuesta

MODULO 2. Ser una opción válida (22 horas)

Paso 1. Diagnóstico. ¿Cuántas oportunidades tienes actualmente?

Paso 2. Sesión formativa digital con experto en ventas, Javier Corral. (2h)
Incluye debate posterior y networking

Paso 3. Contenidos grabados del módulo 2. (5h)

- Creación de un sistema de preventa efectivo(1h) **Pedro Redondo**
- Aprender a escribir, otra vez! (2h). **Marja Morante**
- Propuestas comerciales. No vender y ser comprado (1h) **Pedro Redondo**
- Ejemplos de propuestas ganadoras y perdedoras (1h) **Raul Montalvo**

Paso 4. Presentación en vídeo de la tarea módulo 2.

Paso 5. Test evaluación módulo 1 y entrega tarea módulo 2.

Paso 6. 3 sesiones presenciales con Pedro Redondo y Marcos García para aplicar todo lo aprendido a nuestra marca y modelo de negocio. **(15h) Al menos 2h son de invitados sorpresa**

Vamos a **Conseguir ser la opción elegida**

- Seguimiento de propuesta
- Cierre de relación inicial
- Tasas de conversión y sistemas de mejora

MODULO 3. Conseguir ser la opción elegida (23 horas)

Paso 1. Diagnóstico. ¿Cuántas oportunidades ganas actualmente?

Paso 2. El arte de vender. El arte de vender una y otra vez. Victor Ronco. 2h
Incluye debate posterior y networking

Paso 3. Contenidos grabados del módulo 3. (4h)

- Negociación inicial y final. (1h) **Carlos Grafiada**
- Sistemas y criterios de seguimiento (1h). **Pedro Redondo**
- Cómo darle la vuelta a la tortilla (1h). **Cristian Ull**
- LinkedIn como herramienta de venta (1h). **Pedro Redondo**

Paso 4. Presentación en vídeo de la tarea módulo 3.

Paso 5. Test evaluación módulo 1 y entrega tarea módulo 3.

Paso 6. 3 sesiones presenciales con Pedro Redondo para aplicar todo lo aprendido a nuestra marca y modelo de negocio. **(15h) Al menos 2h son de invitados sorpresa**

Paso 7. Que el marketing trabaje por ti. Sergio Sanchís. 2h
Incluye debate posterior y networking

Vamos a **Seguir siendo la opción elegida**

- Más valor: novedades y mejoras al servicio o producto contratado
- Más negocio: servicios o productos relacionados
- Nuevo negocio sobre el negocio creado: recomendación

MODULO 4. Seguir siendo la opción elegida (13 horas)

Paso 1. Diagnóstico. ¿Te mantienes fuerte dentro de un cliente?

Paso 2. Vivir dentro de un cliente. Retos y claves. Cristian Ull. 2h
Incluye debate posterior y networking

Paso 3. Contenidos grabados del módulo 4. (4h)

- Meterle al cliente en un funnel continuo de venta (1h) **Sergio Sanchís**
- No hablar siempre de lo mismo. ¿Cryptomonedas tal vez? (1h) **Victor Ronco**
- Mantener vivo el interés del cliente(1h). **Marcos García**
- Acciones paralelas a la reventa (1h). **Pedro Redondo**

Paso 4. Presentación en vídeo de la tarea módulo 4.

Paso 5. Test evaluación módulo 4 y entrega tarea módulo 4.

Paso 6. 1 sesión presenciales con Pedro Redondo para aplicar todo lo aprendido a nuestra marca y modelo de negocio. **(5h) Al menos 2h son de invitados sorpresa**

Paso 7. Sesión de cierre de programa con José Manuel Berná (Vygon). (2 horas)

Equipo docente

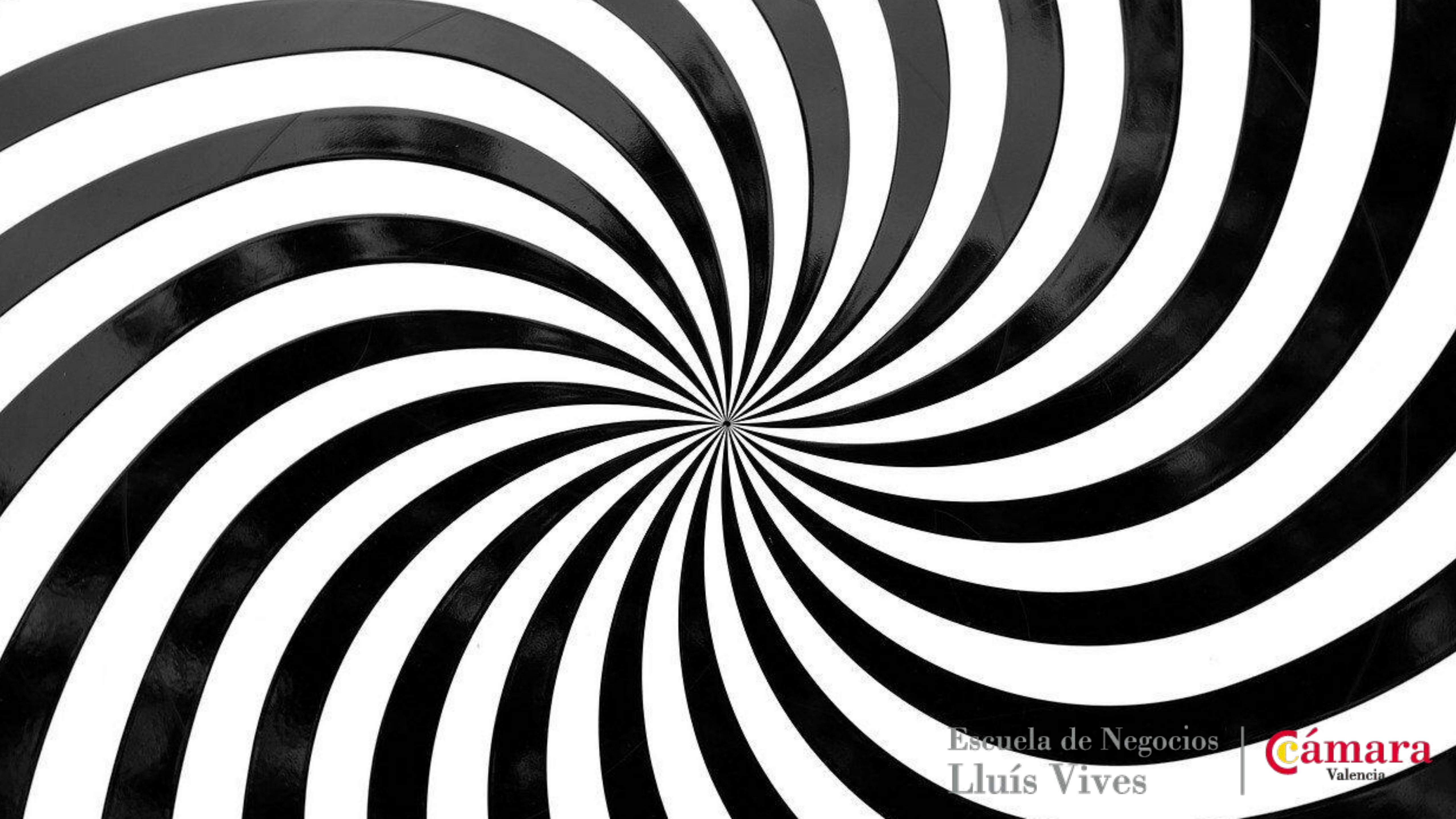
- [Pedro Redondo](#) (Back In Town). Integración de programa e integración de parte práctica. El objetivo es conseguir nuevas ventas digitales durante el programa y pasarlo genial haciéndolo
- [Carlos Grafiada](#) (Valencia CF): negociación con partners internos y externos
- [Susana Lluna](#) (Susana Lluna): estrategia marca personal
- [Bárbara Fernández](#) (bilnea): Habilidades digitales y El poder de conectar con el interlocutor
- [Sergio Sanchís](#) (Grupo Montalt): embudos de conversión
- [Marja Morante](#) (Marja Morante). Aprender a escribir, otra vez! Ahora en digital.
- [Javier Corral](#) (Grupo Planeta). Be kind for no reason
- [Raúl Montalvo](#) (Esmartia). Lo de perseguir a los clientes no es lo suyo
- [Victor Ronco](#) (VolksWagen), innovación en la venta y los procesos digitales
- [Pablo Gutierrez](#) (Orange). Los que venden son personas. Integración de equipos de trabajo
- [Cristian Ull](#) (Logifruit). Innovación y seguimiento de ventas en cliente
- [José Manuel Berná](#) (Vygon). En Adidas aprendió mucho sobre ventas. Ahora lo sigue aplicando

Resolveremos todas tus dudas

- ¿Qué es vender? Entender Necesidades y saber convertirlas en resultados
- ¿Cómo puedo diferenciarme de la competencia?
- ¿Qué formas de conectar con mi cliente tengo?
- Segmentación: Cómo agrupar a los clientes según sus necesidades y priorizar según mi nivel competitivo.
- ¿Cómo hago que todo esto sea rentable?
- ¿Cómo gestionar de forma correcta el “customer journey”?
- ¿Para qué desarrollar mi Identidad Digital?
- ¿Cómo la presencia digital de un vendedor influye en la marca?
- ¿Cuáles son las herramientas más adecuadas para generar confianza con nuestros clientes?
- ¿Cómo creo una máquina de ventas digitales en mi empresa y cómo la hago funcionar non-stop?

Eso sí, esto es solo para

Comerciales y directivos de medianas empresas con equipo a su cargo y en pleno proceso de desarrollo de negocio digital



Escuela de Negocios
Lluís Vives

Cámara
Valencia

¿Decidido?

- Duración: 100h. 20% teórico. 80% práctico.
- PVP: 2.500€
- Fechas: noviembre 2021 – junio 2022
- Director académico: Pedro Redondo

¿Decidido?

A portrait of Antonio Carmona, a middle-aged man with grey hair and a beard, wearing a blue blazer over a light blue checkered shirt. He is framed by a thick red circular outline.

Antonio Carmona
Técnico de formación en la ENLV
acarmona@camaravalencia.com

Quiero hablar con Antonio

Programa
Especialista
de Ventas Digitales
PEVD