

Catàleg d'accions formatives

2018 Programes de Formació Sectorial

ÀMBIT SECTORIAL : **Comerç**
FAMÍLIA PROFESSIONAL : **Comerç i màrqueting**
ÀREA PROFESSIONAL : **Màrqueting i Relacions públiques**

3.2.5. Comunitats de marca

Observacions:

NOM DE L'ACCIÓ: **Prospecció comercial i planificació de vendes mitjançant mitjans interactius o digitals**

Grup AF: COMM126 **Grup Ampliat:** 2018 **Hores:** 30 **Nivell:** Superior **Novetat 2018:** 2018

Objectius:

Objectius generals:

- Millorar la prospecció de clients dins de l'entorn de comerç electrònic

Objectius específics:

- Conèixer i saber aplicar el màrqueting inbound i el màrqueting outbound
- Saber planificar les vendes mitjançant mitjans interactius o digitals

Continguts:

1. Comerç electrònic
 - 1.1. Models de negoci online
 - 1.2. Màrqueting digital
 - 1.3. Tipus de canals digitals
2. Prospecció de clients en ambient digital
 - 2.1. Conceptes i principis generals
 - 2.2. Màrqueting entrant/ inbound vs màrqueting sortint/outbound
 - 2.3. Obtenció de informació online sobre potencials clients i hàbits de compra
 - 2.4. Obtenció de informació online
3. Preparació i planificació de venda mitjançant diversos mitjans
 - 3.1. Segmentació del mercat
 - 3.2. Anàlisi de la concurrència
 - 3.3. Definició d'objectius
 - 3.4. Estratègia de màrqueting digital
4. Recursos i eines de suport a la planificació de la venda mitjançant de mitjans interactius o digitals.
 - 4.1. Tipus d'eines i recursos
 - 4.2. Eines de monitorització i anàlisi

Observacions: