

CICLE DE DIGITALITZACIÓ PER A PIMES

Novembre 2019 –
Març 2020



Cambra de Terrassa



OBJECTIUS:

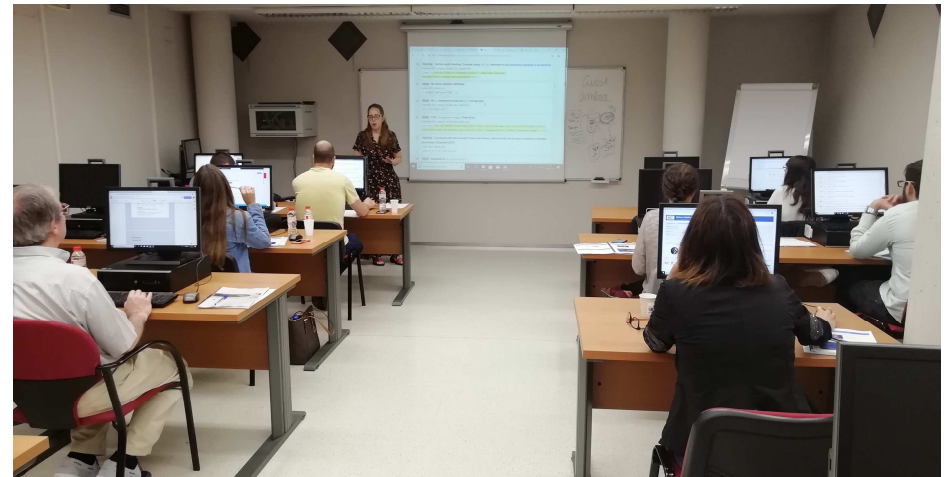
Els participants aprendran a definir un pla estratègic digital per a potenciar la digitalització de la seva empresa i, per tant, també la productivitat i la facturació. Veurem com l'anàlisi de dades i una definició estratègica en cada tècnica digital es pot traduir en un increment de vendes de l'empresa.

DESTINATARIS:

Destinat a directors de màrqueting i professionals d'aquest àmbit. També és adequat per a directors comercials d'empreses en procés de digitalització, així com per a qualsevol emprenedor. La visió de màrqueting sobre les dades i la relació amb els clients també pot ser d'interès per a perfils tècnics que desitgen comprendre millor als clients.

METODOLOGIA:

Aquest curs té un enfoc eminentment pràctic. El curs es desenvolupa completament a l'aula d'informàtica de forma presencial i la major part dels seus mòduls es complementen amb webinars, a través d'un plataforma des de la qual els participants també es podran descarregar els materials del curs.



TEMARI:

MÒDUL 1: DIGITAL BUSINESS

Els negocis a la xarxa: necessites facturar més? Descobreix el potencial d'internet per al teu negoci. Innovar en el model de negoci és un factor clau de la supervivència a llarg termini de la teva empresa.

1. Els models de negoci.
2. Models basats en la publicitat.
3. Models basats en cobrar als ofertants.
4. Models basats en cobrar als demandants.
5. Altres models.
6. El comerç electrònic.
7. Com començar.

MÒDUL 2: SMALL DATA, BIG DATA I BUSINESS INTELLIGENCE

De l'analytics a la intel·ligència de mercat. Treu el màxim profit de les dades que genera la teva empresa, descobreix com accedir a noves dades i aprèn a analitzar-les.

1. Què és un sistema de Business Intelligence?
2. Els KPI's d'un departament de Màrqueting Digital.
3. Google Analytics.
4. Com són les nostres visites?
5. D'on venen? Com em podem trobar més com ells? Estratègies de creixement.
6. Quins continguts miren i què els podem fer mirar?
7. Implementar una estratègia de penetració de mercat amb SEO a partir de les dades del lloc web.
8. Com facturar més? Conversió.
9. Altres fonts d'entrada de dades.
10. Com crear un quadre de comandaments?

MÒDUL 3: CRM – CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Gestiona bé la informació dels teus clients per incrementar la facturació de la teva empresa. Durant la sessió es treballarà amb Zoho CRM un programa gratuït de gestió de clients per a PIMES.

1. Estratègia de negoci partint del màrqueting relacional.
2. Com facilitar l'organització de les accions de màrqueting (campanyes d'email màrqueting, etc.)
3. Eines online disponibles: CRM de pagament i gratuït.
4. Com crear i gestionar la base de dades de clients.
5. Sincronització amb altres programes.
6. Anàlisi de resultats.
7. Com vincular el teu CRM amb les eines d'email màrqueting.

MÒDUL 4: SOCIAL SELLING I PERSONAL BRANDING

Descobreix el teu potencial i el del teu Equip, establint la Marca Personal com a pilar bàsic pe aconseguir més clientes, distribuïdors i prescriptors. Aprèn a treure partit de les xarxes socials principals, especialment al LinkedIn.

Personal Branding a les organitzacions i Social Selling,

- 1. La Marca Personal. El teu Equip és la teva Gent, és la teva Empresa.**
- 2. Què és el Personal Branding. Fases:**
 - Autoconeixement.
 - Estratègia.
 - Visibilitat.
- 3. Personal Branding com a estratègia empresarial. Innovació en:**
 - RRHH.
 - Lideratge.
 - Comunicació i Màrqueting.
- 4. Els perfils personals a les xarxes socials.**
- 5. Executive Branding → Els líders de l'empresa i la seva visibilitat.**
- 6. Employee Advocacy → L'empleat és el millor ambaixador de la marca.**
- 7. Employer Branding → Estratègia per atraure talent.**
- 8. Social Selling → La venda social.**

LinkedIn i Twitter

- 1. LinkedIn:**
 - Configuració del teu perfil, per a una imatge professional impecable.
 - Més enllà del penjar el CV: aconseguir nous contactes i col·laboracions.
 - Gestió dels contactes.
 - Participació en els grups. Publicacions i altres funcionalitats.
 - Els perfils personals de l'equip al LinkedIn vs la pàgina d'empresa: el win-win d'una gestió adequada.
- 2. Twitter:**
 - Perfil al Twitter, configuració del compte.
 - Com comunicar-nos al Twitter.
 - Els Hashtags.
 - Seguidors i seguint.
 - Les llistes per a una millor gestió dels contactes.
 - Programar contingut.
 - Mesurar i monitorar.

Instagram i Facebook

3. Instagram

- Com establir una bona estratègia a Instagram.
- Com han de ser les infografies i la graella del perfil.
- Els Hashtags. Què són i com treure'n el màxim partit. Estratègia.
- Com ha de ser la descripció, hashtags i mencions en publicar.
- Com aconseguir nous seguidors. Seguiment dels Followers.
- Programar contingut a l'Instagram. Aplicacions.

4. Facebook

- Quin públic hi trobar actualment.
- L'algoritme del Facebook. Com han de ser els continguts.
- Com podem treure partit al perfil personal per a la difusió.
- Les llistes de contactes, com establir vincles en aquesta xarxa amb els teus clients.

MÒDUL 5: INBOUND MARKETING

L'art d'enamorar als teus clients per aconseguir que facin el què vols que facin gràcies a la creació de continguts que els interessin.

- 1. Què és l'Inbound Marketing i què és el Content Marketing?**
- 2. Quines són les principals tècniques de l'Inbound Marketing?**
- 3. Com saber quins continguts interessin al nostre públic objectiu.**
- 4. Com crear continguts (formats, tipus de contingut).**
- 5. Tècniques bàsiques d'Storytelling.**
- 6. Com donar a conèixer el contingut creat?**
- 7. Com mesurar quins continguts són els que ens ofereixen més rendibilitat?**

MÒDUL 6: COM FER UN PLA ESTRATÈGIC A INTERNET

Resum de tots els mòduls i la realització d'un SOSTAC. L'objectiu d'aquest mòdul és que el participant creï el seu pla estratègic durant les dues sessions i que estigui capacitat per executar-lo o per supervisar-ne la seva execució.

- 1. Introducció a la metodologia SOSTAC.**
 - Com es du a terme una anàlisi de situació?
 - Com es realitza una anàlisi de competidors a Internet?
 - Com es fixen objectius?
 - Com es determinen les estratègies de màrqueting a Internet?
- 2. Creació del pla d'acció en línia.**
 - Creació del pla d'acció en línia.
 - Com hauria de ser el nostre lloc web?
 - Com portar trànsit des de Google sense cost.
 - La publicitat a Internet.



Sra. Montserrat Peñarroya.

Especialista en Digitalització d'Empreses i en innovació en Models de Negocis. Graduada en Turisme, amb un Postgrau en Comerç Exterior i Màrqueting Internacional, i un Màster en Societat de la Informació. Directora de Quadrant Alfa, S.L. i 3iSIC de l'Institut d'Investigació, especialitzada en formació i investigació en el camp del Màrqueting Digital, on participa en diversos programes de consultoria i formació per a empreses privades, així com en Consells Comarcals, Generalitat, Diputació de Barcelona, Barcelona Activa, Cambres de Comerç... També és professora de la UNWTO Accademy, institució que pertany a les Nacions Unides i que desenvolupa territoris a través del Turisme Sostenible.



Sra. Helena Casas.

Llicenciada en Psicologia. Màster en màrqueting digital i comerç electrònic. Consultora i formadora en Màrqueting Digital, i Personal Branding. Co-Directora i Docent del Màster en Màrqueting Digital i Xarxes Socials de la Universitat de Vic, i professora associada de la Facultat de Ciències i Tecnologia. Sotsdirectora del 3isic, on participa en diversos programes de consultoria i formació per a empreses privades, així com en Consells Comarcals, Generalitat, Diputació de Barcelona, Barcelona Activa, Cambres de Comerç...
Co-autora del llibre de SEO "Com ser dels primers a Google sense pagar". PR Partners del TEDx Eixample (Bcn).



Sra. Alba Espejo.

Consultora i docent de l'Institut Internacional de Recerca de la Societat de la Informació i el Coneixement (3iSIC). Treballant per a ajudar empreses i noves generacions de professionals a aconseguir els seus objectius mitjançant les estratègies i tècniques del màrqueting digital. Graduada en Turisme per la Universitat Autònoma de Barcelona i Màster Universitari en Gestió Cultural, Especialització en Turisme Cultural per les Universitats UOC-UdG-UIB. En l'actualitat formadora, tutora i consultora en Màrqueting Digital en diversos programes i universitats. Coordinadora i docent del Màster online en Màrqueting Digital i xarxes socials la Universitat de Vic.

DURADA, CALENDARI I HORARI:

75 hores.

Dijous de 9:00 a 14:00 hores.

Del 7 de novembre de 2019 al 5 de març de 2020.

Mòdul 1: Digital Business

15 hores. Dies 7, 14 i 21 de novembre de 2019.

Mòdul 2: Small data, big data i Business Intelligence

15 hores. Dies 5, 12 i 19 de desembre de 2019.

Mòdul 3: CRM – Customer Relationship Management

10 hores. Dies 9 i 16 de gener de 2020.

Mòdul 4: Social Selling i Personal Branding

15 hores. Dies 23, 30 de gener i 6 de febrer de 2020.

Mòdul 5: Inbound Marketing

10 hores. Dies 13 i 20 de febrer de 2020.

Mòdul 6: Com fer un pla estratègic a Internet

10 hores. Dies 27 de febrer i 5 de març de 2020.

DRETS D'INSCRIPCIÓ:

Preu Soci Èxit: 1.250 euros.

Preu venda públic: 1.400 euros.

És possible inscriure's individualment als mòduls, en aquest cas el preu és:

Mòduls de 15 hores, Socis Èxit: 250 euros/mòdul.

Mòduls de 15 hores, Preu venda públic: 275 euros/mòdul.

Mòduls de 10 hores, Socis Èxit: 195 euros/mòdul.

Mòduls de 10 hores, Preu venda públic: 225 euros/mòdul.

LA CAMBRA

NO GESTIONA LA BONIFICACIÓ DELS CURSOS



Cambra de Comerç, Indústria i Serveis de Terrassa

Blasco de Garay, 29-49

08224 Terrassa

Tel. +34 93 733 98 33 Fax. +34 93 789 11 65

formacio@cambraterrassa.org

Delegació

Vallespir, 19 1a planta

08173 Sant Cugat del Vallès

Tel. +34 93 576 35 74 Fax.+34 93 576 35 71

delegacio@cambraterrassa.org

Visita'ns!

www.cambraterrassa.org



Cambra de Terrassa

