

ONLINE TRAINING

MICRO CURSOS

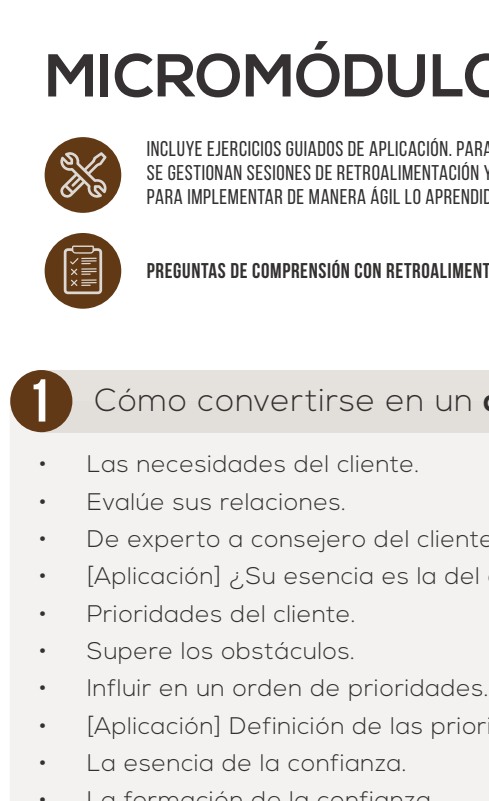
ONLINE

CATÁLOGO 2020

-10% DESCUENTO + DE 4 CURSOS

-15% DESCUENTO + DE 7 CURSOS

EXPERIENCIA DEL CLIENTE



ANDREW SOBEL

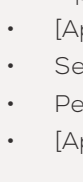
CLIENTS FOR LIFE

Los clientes son la base del crecimiento de un negocio, y mantener relaciones duraderas con ellos es más importante que nunca. Sin embargo, hoy nos enfrentamos a un cliente sofisticado, informado, con poco tiempo y a una competencia cada vez más dura, por lo que **construir y mantener estas relaciones es un gran desafío.**

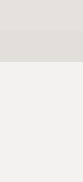
MICROMÓDULOS



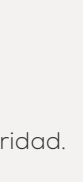
INCLUYE EJERCICIOS GUIADOS DE APLICACIÓN PARA GRUPOS CORPORATIVOS SE ESTIMAN SESIONES DE RETROALIMENTACIÓN Y ALINEACIÓN PERIÓDICAS PARA IMPLEMENTAR DE MANERA ÁGIL LO APRENDIDO EN EL PROGRAMA.



PREGUNTAS DE COMPRENSIÓN CON RETROALIMENTACIÓN AUTOMÁTICA.



EQUIPOS DE VENTAS CORPORATIVAS EN EMPRESAS B2B, ASESORES COMERCIALES DE ALTO NIVEL CON UN MÍNIMO DE 5 AÑOS DE EXPERIENCIA, JEFATURAS, SUBGERENCIA, GERENCIA COMERCIAL.



CERTIFICADO.

1 Cómo convertirse en un **asesor de confianza** **4-6 hrs** **\$ 150 usd**

- Las necesidades del cliente.
- Evalúe sus relaciones.
- De experto a consejero del cliente.
- [Aplicación] ¿Su esencia es la del experto o la del consejero?
- Prioridades del cliente.
- Supere los obstáculos.
- Influir en un orden de prioridades.
- [Aplicación] Definición de las prioridades del cliente.
- La esencia de la confianza.
- La formación de la confianza.
- Destructores de la confianza.
- [Aplicación] Evalúa su nivel de confianza.
- Grado de empatía.
- Excelente oyente.
- Escuchar debidamente.
- [Aplicación] Evaluación de sus destrezas de escucha.

2 Identificar y Diferenciar a los **clientes** **4-6 hrs** **\$ 150 usd**

- Sello personal.
- Relaciones determinantes.
- Tipos de capital social.
- [Aplicación] Fortalecimiento de su sello personal.
- Segmentos de la red de contactos.
- Permanecer en contacto.
- [Aplicación] Sus relaciones fundamentales de máxima prioridad.

3 Construir una red de **contactos potentes** **2-3 hrs** **\$ 75 usd**

- Condiciones previas de la compra.
- Tipos de reuniones de ventas.
- Desarrolle afinidad.
- Infundir credibilidad.
- Definir los problemas.
- Concretar un avance.
- [Aplicación] Su venta se encuentra en un punto muerto?
- Tipos de objeciones.
- De preguntas difíciles a oportunidades.
- [Aplicación] Crear una descripción de su empresa para sus clientes potenciales.
- Requisitos previos de una propuesta.
- Presentación de ventas exitosa.
- Sesión de trabajo participativa.
- [Aplicación] Consolidación del éxito de su propuesta.

4 Crear "buyers" (**clientes**) **4-6 hrs** **\$ 150 usd**

- Cumpla la prometedo.
- Bases para crecer.
- Comprador recurrente.
- [Aplicación] Desde el simple proyecto hasta la relación fundamental.
- Los clientes apropiados.
- Estimular el crecimiento.
- Catalizadores del desarrollo.
- [Aplicación] Evalúe a sus clientes.
- Las preguntas esenciales.
- El proceso de planificación.
- Barreras de la planificación.
- [Aplicación] Un plan de cuenta en diez minutos.
- Identifíquese con sus clientes.
- Nuevos caminos de acceso.
- Incremento el valor agregado.
- [Aplicación] Desarrollo de relaciones fundamentales con el C-Suite.

5 Hacer **crecer las relaciones** con sus clientes **4-6 hrs** **\$ 150 usd**

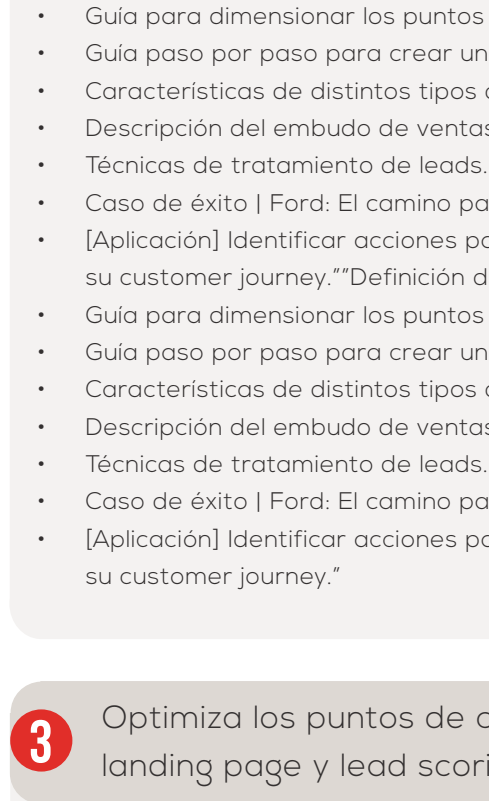
- Cumpla la prometedo.
- Bases para crecer.
- Comprador recurrente.
- [Aplicación] Desde el simple proyecto hasta la relación fundamental.
- Los clientes apropiados.
- Estimular el crecimiento.
- Catalizadores del desarrollo.
- [Aplicación] Evalúe a sus clientes.
- Las preguntas esenciales.
- El proceso de planificación.
- Barreras de la planificación.
- [Aplicación] Un plan de cuenta en diez minutos.
- Identifíquese con sus clientes.
- Nuevos caminos de acceso.
- Incremento el valor agregado.
- [Aplicación] Desarrollo de relaciones fundamentales con el C-Suite.

6 Multiplicar las **relaciones** **7-8 hrs** **\$ 175 usd**

- Conocer a sus clientes.
- Estrategias para establecer vínculos.
- Errores del acercamiento.
- [Aplicación] ¿Qué tan bien conoce usted realmente a sus clientes?
- Consolidar su red de clientes.
- Consolidar su red de contactos interna.
- Fortalecer las relaciones (con clientes).
- [Aplicación] Desarrollo de relaciones a escala institucional.
- Conflictos del valor agregado.
- Estrategias para un mayor valor agregado.
- Posicione su empresa.
- [Aplicación] Identificar medidas de acción para cada estrategia de valor.
- Definiendo el liderazgo intelectual.
- Divulgue sus ideas.
- [Aplicación] Evalúe el estado actual de su liderazgo.
- Ventajas de las relaciones a largo plazo.
- Selección de las estrategias.
- [Aplicación] Planifique la conversión en líder intelectual.
- Sentarse en la mesa de juntas.
- Mejorar a través de prácticas preconcebidas.
- [Aplicación] Convertirse en una persona de interés.

7 Superar **obstáculos** en sus relaciones con clientes **2-3 hrs** **\$ 75 usd**

- Conectar con el ejecutivo de compras.
- Desplazar a cualquier competidor.
- Relacionese con adquisiciones.
- La presión del descuento.
- Manejo a un cliente indiferente.
- Desarrollar relaciones en una gran empresa.
- Ampliando la percepción del cliente.
- Ascienda en la organización.
- Compradores mayores.
- Referencias de sus clientes.
- Control de crisis.
- Actúe como consejero.
- Permanezca en contacto.
- Desarrollo de relaciones de negocios.
- [Aplicación] Convertirse en una persona de interés.

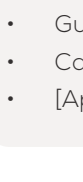


DON PEPPERS

EXPERIENCIA DEL CLIENTE COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

Este programa es una **comunidad de aprendizaje online** donde podrá tener **contacto directo y personalizado con los expertos.** Obtendrá herramientas y conocimientos para **crear e implementar estrategias fundamentales** de marketing digital que le permitan conseguir **resultados concretos y tomar decisiones informadas** en cuanto a sus campañas. Hará **crecer su network** con otros profesionales de la industria, creando relaciones estratégicas al largo plazo.

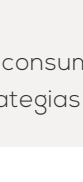
MICROMÓDULOS



INCLUYE INTRODUCCIÓN EXCLUSIVA CON DON PEPPERS Y GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN.



ACTIVIDAD ABIERTA DE ANÁLISIS Y REFLEXIÓN. PREGUNTAS DE COMPRENSIÓN CON RETROALIMENTACIÓN AUTOMÁTICA



CONSULTORES, JEFATURAS, SUBGERENCIA, GERENCIA, VPS, EMPRENDEDORES.



CERTIFICADO.

1 Oportunidades de mejora en su **XC: El modelo IDIC** **4-6 hrs** **\$ 150 usd**

- La experiencia de cliente como meta empresarial.
- Qué es la participación en el cliente vs participación en el mercado.
- Definición del modelo IDIC (Identificar, Diferenciar, Interactuar, Customizar) de la experiencia de cliente.
- Obstáculos a las transformaciones centradas en el cliente.
- Caso de estudio: Barnes y Noble vs Amazon.
- E-book: La empresa centrada en el cliente.

2 Identificar y Diferenciar a los **clientes** **4-6 hrs** **\$ 150 usd**

- Cómo las compañías identifican a sus clientes.
- Tareas de identificación.
- Porqué diferenciar a los clientes.
- El valor real y potencial de los clientes.
- Cómo diferenciar a los clientes según sus necesidades.
- Marketing de frecuencia.
- Cómo crear un customer journey a través de la empatía.
- Caso de estudio: Royal Bank of Canada.
- E-book: La percepción del cliente.

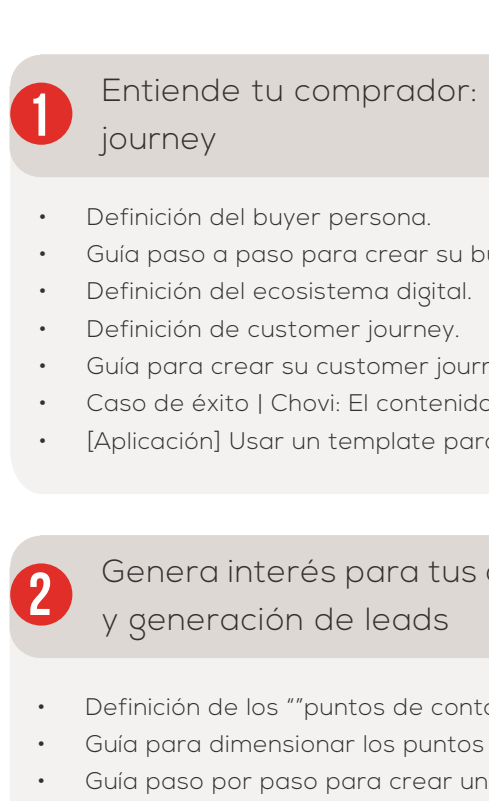
3 Experiencia del cliente - **Interactuar y Personalizar** **4-6 hrs** **\$ 150 usd**

- Requisitos para dialogar con los clientes.
- Interacción con clientes via medios direccionables.
- La comunicación omnicanal.
- Caso de estudio: Walgreens (éxito en omnicanalidad).
- 4 herramientas digitales para interactuar con sus clientes.
- Personalización: La recompensa de la relación de aprendizaje.
- Estrategias de personalización.
- Fidelización a través de relaciones de aprendizaje.
- Cómo identificar y eliminar fricción.
- Caso de estudio: La dualidad costo-fricción.
- E-book: La experiencia del cliente."
- Cómo crear un customer journey a través de la empatía.
- Caso de estudio: Royal Bank of Canada.
- E-book: La percepción del cliente.

4 Experiencia del cliente - **La confiabilidad** **2-3 hrs** **\$ 75 usd**

- El retorno de la confiabilidad.
- Principios básicos de la confiabilidad.
- La regla de oro. Cómo influir en los influencers.
- Estudio de caso: AOL vs Apple.
- E-book: La confianza del cliente.

MARKETING DIGITAL



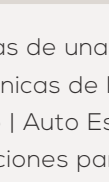
PANCHO GONZÁLEZ

MARKETING DIGITAL

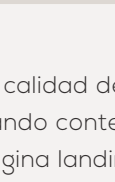
ESTRATEGIA COMERCIAL PARA LA ERA DIGITAL. WORKSHOP ONLINE.

Este programa es una **comunidad de aprendizaje online** donde podrá tener **contacto directo y personalizado con los expertos.** Obtendrá herramientas y conocimientos para **crear e implementar estrategias fundamentales** de marketing digital que le permitan conseguir **resultados concretos y tomar decisiones informadas** en cuanto a sus campañas. Hará **crecer su network** con otros profesionales de la industria, creando relaciones estratégicas al largo plazo.

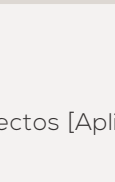
MICROMÓDULOS



PREGUNTAS DE COMPRENSIÓN CON RETROALIMENTACIÓN AUTOMÁTICA. ACTIVIDAD DE APLICACIÓN CON RESPUESTAS SUGERIDAS.



PRODUCT OWNERS, LÍDERES EN LA ÁREA DE MARKETING, LÍDERES EN LA ÁREA COMERCIAL, EMPRENDEDORES, PERSONAS CON EXPERIENCIA LIMITADA EN MARKETING DIGITAL



CERTIFICADO

1 Entiende tu comprador: **Buyer persona y customer journey** **2-3 hrs** **\$ 90 usd**

- Definición del buyer persona.
- Guía paso a paso para crear su buyer persona.
- Definición del ecosistema digital.
- Definición de customer journey.
- Guía para crear su customer journey.
- Caso de éxito | Chovi: El contenido en base a un buen trabajo de buyer persona.
- [Aplicación] Usar un template para crear su buyer persona.

2 Genera interés para tus clientes: **Puntos de contacto y generación de leads** **2-3 hrs** **\$ 90 usd**

- Definición de los "puntos de contacto".
- Guía para dimensionar los puntos de contacto en el contexto de un customer journey.
- Guía paso por paso para crear una base de datos a través de la utilización de puntos de contacto digitales.
- Características de distintos tipos de leads.
- Descripción del embudo de ventas y sus distintos niveles.
- Técnicas de tratamiento de leads.
- Caso de éxito | Ford: El camino para generar leads de calidad.
- [Aplicación] Identificar acciones para aumentar la cantidad y calidad de leads en cada punto de contacto de su customer journey."
- Definición de los "puntos de contacto".
- Guía para dimensionar los puntos de contacto en el contexto de un customer journey.
- Guía paso por paso para crear una base de datos a través de la utilización de puntos de contacto digitales.
- Características de distintos tipos de leads.
- Descripción del embudo de ventas y sus distintos niveles.
- Técnicas de tratamiento de leads.
- Caso de éxito | Ford: El camino para generar leads de calidad.
- [Aplicación] Identificar acciones para aumentar la cantidad y calidad de leads en cada punto de contacto de su customer journey."

3 Optimiza los puntos de contacto: **Crear un landing page y lead scoring** **1 hora** **\$ 50 usd**

- Características de una página landing optimizada.
- Definición y técnicas de lead scoring. Guía para valorar la calidad de sus leads.
- Caso de éxito | Auto Escuela Golf: Lead Nurturing, enfocando contenido para seducir a prospectos [Aplicación].
- Identificar acciones para mejorar (o crear) su propia página landing

4 Personaliza los contenidos: **Lead nurturing and trends** **2 horas** **\$ 75 usd**

- Definición de "lead nurturing".
- Descripción de los distintos niveles de leads.
- Guía para aplicar lead nurturing en su empresa.
- Definición de micro-moments y su rol en el marketing digital.
- Guía de tendencias en el marketing digital.
- Caso de éxito | Pizza express: La innovación al servicio de los consumidores.
- [Aplicación] Categorizar los niveles de sus leads y definir estrategias para comunicarse con ellos.

5 Enfócate en la experiencia del cliente: **Diseño responsive y generaciones del marketing** **2 horas** **\$ 75 usd**

- Definición del diseño responsive.
- Descripción de distintas funciones del diseño responsive.
- Guía para implementar el diseño responsive en su sitio web.
- Características de las distintas generaciones y su comportamiento online.
- Guía para optimizar su estrategia digital según la(s) generación(es) de sus buyer personas.
- Caso de éxito | MailChimp: Un problema de naming superado.
- [Aplicación] Crear una estrategia de comunicación digital en base de las generaciones de sus buyer personas.

JAMIE TURNER

DIGITAL MARKETING INSIGHTS | GROWTH HACKS

En Latinoamérica, el marketero digital ha creado su estrategia, la ha implementado y ha visto sus resultados, buenos o malos. Ahora, **es momento de buscar la mejora continua de estas acciones.** Basado en sus últimas investigaciones, Jamie Turner, autor, expositor internacional y CEO de 60=Second Marketler entregará los "hacks", tips, técnicas y know-how que el marketero con experiencia necesita para **rentabilizar su negocio a través de las redes sociales.**

MICROMÓDULOS

PREGUNTAS DE COMPRENSIÓN CON RETROALIMENTACIÓN AUTOMÁTICA.

PROFESIONALES DEL MUNDO DE RRHH

CERTIFICADO

1 Tecnología y humanidad en **RRHH** **30 min** **\$ GRATIS**

- El kit de herramientas digitales.
- 50 herramientas esenciales de marketing digital (take-away).
- Términos claves que cada marketero debe entender.
- Glosario esencial para el marketero digital de hoy (take-away).
- Lo más valorado en la comunicación digital de hoy.

Contáctanos

/seminariumchile
 @seminariumchile
 /seminariumchile
 @seminariumchile