

ONLINE
TRAINING

Programas

ONLINE

CATÁLOGO

BUILDING CLIENTS FOR LIFE



ANDREW SOBEL

BUILDING CLIENTS FOR LIFE

por Andrew Sobel

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.**

\$ 280 usd

PROGRAMA



Incluye introducción exclusiva con **Andrew Sobel y Guía de aplicación.**



Actividades abiertas de análisis y reflexión. Exámenes 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.



Certifica **SEMINARIUM ONLINE**

MICRO-MÓDULOS

1

¿CÓMO CONVERTIRSE EN UN ASESOR DE CONFIANZA?

4 - 6 hrs

\$ Consulta a tu asesor

- Las necesidades del cliente.
- Evaluar sus relaciones.
- De experto a consejero del cliente.
- Prioridades del cliente.
- Superar 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.
- Destruidores de la confianza.
- Grado de empatía.
- Excelente oyente.
- Escuchar debidamente.

2

¿CÓMO PROFUNDIZAR SUS CAPACIDADES DE ASESORÍA?


 4 - 6 hrs

 Consulta a tu asesor

- Preguntas eficaces.
- Preguntas para cerrar una venta.
- Preguntas para fortalecer las relaciones.
- El potencial del NO.
- Tres tipos de independencia.
- Independencia con desprendimiento.
- Ordenar los fundamentos.
- Técnicas para la síntesis.
- Hábitos de raciocinio.
- Niveles de aprendizaje personal.
- Conociendo al cliente
- Ser un eterno estudiante.

3

¿CÓMO CONSTRUIR UNA RED DE CONTACTOS POTENTES?

 2-3 hrs

 Consulta a tu asesor

- Sello personal.
- Relaciones determinantes.
- Tipos de capital social.
- Segmentos de la red de contactos.
- Permanecer en contacto.

4

¿CÓMO CREAR "BUYERS" (clientes)?

 4 - 6 hrs

 Consulta a tu asesor

- Condiciones previas de la compra.
- Tipos de reuniones de ventas.
- Desarrollar afinidad.
- Infundir credibilidad.
- Definir los problemas.
- Concretar un avance.
- Tipos de objeciones.
- De preguntas difíciles a oportunidades.
- Requisitos previos de una propuesta.
- Presentación de ventas exitosa.
- Sesión de trabajo participativa.

5

¿CÓMO HACER CRECER LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES?

 4 - 6 hrs

 Consulta a tu asesor

- Cumplir lo prometido.
- Bases para crecer.
- Comprador recurrente.
- Los clientes apropiados
- Estimular el crecimiento.
- Catalizadores del desarrollo.
- Las preguntas esenciales.
- El proceso de planificación.
- Barreras de la planificación.
- Identificarse con sus clientes.
- Nuevos caminos de acceso.
- Incrementar el valor agregado.

6

¿CÓMO MULTIPLICAR LAS RELACIONES?



4 - 6 hrs



Consulta a tu asesor

- Conocer a sus clientes.
- Estrategias para establecer vínculos.
- Errores del acercamiento.
- Consolidar su red de clientes.
- Consolidar su red de contactos interna.
- Fortalecer las relaciones (con clientes).
- Conflictos del valor agregado.
- Estrategias para un mayor valor agregado.
- Posicionar su empresa.
- Definiendo el liderazgo intelectual.
- Fuentes de liderazgo intelectual.
- Divulgar sus ideas.
- Ventajas de las relaciones a largo plazo.
- Selección de las estrategias.
- Sentarse en la mesa de juntas.
- Mejorar a través de prácticas preconcebidas.

7

¿CÓMO SUPERAR OBSTÁCULOS EN SUS RELACIONES CON CLIENTES?



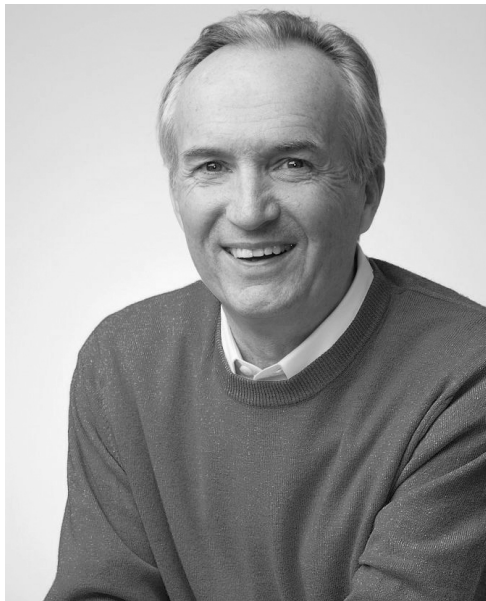
4 - 6 hrs



Consulta a tu asesor

- Conectar con el ejecutivo de compras.
- Desplazar a cualquier competidor.
- Relacionarse con adquisiciones.
- La presión del descuento.
- Manejar a un cliente indiferente.
- Desarrollar relaciones en una gran empresa.
- Ampliar la percepción del cliente.
- Ascender en la organización.
- Compradores mayores.
- Referencias de sus clientes.
- Control de crisis.
- Actuar como consejero.
- Permanecer en contacto.
- Desarrollo de relaciones de negocios.

EXPERIENCIA DEL CLIENTE



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.

\$ 280 usd

PROGRAMA



Incluye introducción exclusiva con **Don Peppers y Guía de implementación**.



Actividades abiertas de análisis y reflexión. Exámenes de comprensión con **retroalimentación automática**.



Consultores, Jefaturas, Subgerencia, Gerencia, VPs, Emprendedores.



Certifica **SEMINARIUM ONLINE**

MICRO-MÓDULOS

1

OPORTUNIDADES DE MEJORA EN SU XC: EL MODELO IDIC



4 - 6 hrs




Consulta a tu asesor

- 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

 Consulta a tu asesor

- 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

INTERACTUAR Y PERSONALIZAR


 4 - 6 hrs

 Consulta a tu asesor

- 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 e eliminar fricción.
- Caso de estudio: La dualidad costo-fricción.
- E-book: La experiencia del cliente.

4

LA CONFIABILIDAD

 2-3 hrs

 Consulta a tu asesor

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

ESTRATEGIA DIGITAL PARA NO ESPECIALISTA



PANCHO GONZÁLEZ

ESTRATEGIA DIGITAL PARA NO-ESPECIALISTAS > 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 a largo plazo.

\$ 250_{usd}

PROGRAMA



Incluye introducción exclusiva con **Pancho González y Guía de aplicación.**



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.



Certifica **SEMINARIUM ONLINE**

MICRO-MÓDULOS

1

ENTIENDE A TU COMPRADOR: **BUYER PERSONAL** y **CUSTOMER JOURNEY**

🕒 2-3 hrs

💰 Consulta a tu asesor

- 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*.
- Usar un template para crear su *buyer persona*.

2

GENERA INTERÉS PARA TUS CLIENTES: PUNTOS DE CONTACTO y GENERACIÓN DE LEADS

🕒 2-3 hrs

💰 Consulta a tu asesor

- 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.
- 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

💰 Consulta a tu asesor

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

4

PERSONALIZA LOS CONTENIDOS: LEAD NUTURING & TRENDS

🕒 2-3 hrs

💰 Consulta a tu asesor

- Definición de *lead nuturing*.
- Descripción de los distintos niveles de *leads*.
- Guía para aplicar *lead nuturing* 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.
- Categorizar los niveles de sus *leads* y definir estrategias para comunicarse con ellos.

5

ENFÓCATE EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: DISEÑO RESPONSIVO Y GENERACIONES DE MARKETING

🕒 2-3 hrs

💰 Consulta a tu asesor

- Definición del diseño responsivo.
- Descripción de distintas funciones del diseño responsivo.
- 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.
- Crear una estrategia de comunicación digital en base de las generaciones de sus *buyer personas*.

DIGITAL MARKETING INSIGHTS



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 Marketer entregará los *hacks*, tips, técnicas y *knowhow* el marketero con experiencia necesita para rentabilizar su negocio a través de las redes sociales.

\$200 usd

PROGRAMA



Incluye template para el cálculo del ROI + una infografía con 6 pasos para optimizar los ingresos de sus próximas campañas.



Actividades abiertas de análisis y reflexión. Exámenes de comprensión con **retroalimentación automática.**



Product owners, Líderes en la área de marketing, Líderes en la área comercial, Emprendedores, profesionales con experiencia en marketing digital.



Certifica **SEMINARIUM ONLINE**

MICRO-MÓDULOS

1

TENDENCIAS, TÉRMINOS Y HERRAMIENTAS

2 - 3 hrs

\$100 usd

- 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.

2

ROI, OUTBOUND Y CASO DE ÉXITO

2 - 3 hrs

\$100 usd

- Cómo calcular el ROI de una campaña de marketing digital.
- Actividad de aplicación: Calcule el ROI de una campaña.
- 5 consejos para el marketing saliente.
- Caso de éxito: Inner Engineering.

HUMANIDAD & TECNOLOGÍA



HUMANIDAD & TECNOLOGÍA

El área de recursos humanos está atravesando por grandes cambios y desafíos: múltiples generaciones trabajando simultáneamente, tecnología exponencial, pérdida de confianza, mantener personas y equipos motivados, entre otros.

GRATIS

PROGRAMA



Actividades abiertas de análisis y reflexión. Exámenes de comprensión con **retroalimentación automática.**



Certifica **SEMINARIUM ONLINE**



Profesionales del mundo de RRHH

MICRO-MÓDULOS

1

HUMANIDAD Y TECNOLOGÍA EN RRHH

1 hora

GRATIS

- Los datos requieren contexto.
- La próxima evolución de la área Recursos Humanos.
- La fórmula ganadora.
- Caso de estudio: Amazon.
- IA simplemente es.
- Las habilidades esenciales para la era de la automatización.
- Por qué somos terribles en las contrataciones (y cómo la IA puede ayudar).
- Coronavirus y cultura de aprendizaje.
- La falta de conocimiento te condena.
- Humanidad de Punta: Respuesta a las crisis que ya están aquí.

Contáctanos

Chile



Colombia



Internacional



BENEFICIOS CORPORATIVOS

10%
descuento **+DE**
4 CURSOS

15%
descuento **+DE**
7 CURSOS

