



curso de venta
digital de flotas,
B2B y LCV

FORMACIÓN DIGITAL | GRUPO PRISMA

CONTENIDOS FORMATIVOS

COMUNICACIÓN Y VENTA DIGITAL	HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL	LENGUAJE Y CONVERSACIONES DIGITALES	EL PROCESO DE VENTA DIGITAL I PROSPECCIÓN Y CAPTACIÓN	EL PROCESO DE VENTA DIGITAL II: VENTA, CIERRE Y SEGUIMIENTO
Procesos de venta a empresas y comunicación digital (I)	Video llamadas I	Expectativas del cliente digital	La prospección digital frente a la tradicional	La presentación digital del producto
Procesos de venta a empresas y comunicación digital (II)	Video llamadas II	El primer contacto digital	La prospección digital: cómo conquistar clientes en remoto	Prueba dinámica digital
La comunicación digital en la venta	Los medios escritos de comunicación digital	Motivaciones e intereses del cliente digital de flotas o VC	Presentación digital de la empresa	La argumentación comercial
Los medios de comunicación y las herramientas digitales	Los medios gráficos de comunicación digital	La cualificación digital de los clientes I (teléfono)	El inbound marketing como fórmula de promoción	La propuesta comercial
Cómo promocionar mis productos/servicios	Los medios verbales de comunicación digital	La cualificación digital de los clientes II (mail o whatsapp)	Primer lead - primera oportunidad, ¿Cómo actuar?	El seguimiento digital
EJERCICIO 1 BUSINESS CASE	EJERCICIO 2 BUSINESS CASE	EJERCICIO 3 BUSINESS CASE	EJERCICIO 4 BUSINESS CASE	EJERCICIO 5 BUSINESS CASE
PROMOCIONARME EN MI ZONA Sobre los datos reales cada zona de actuación, diseñar un plan de promoción detallado de productos y servicios de la empresa	VIDEO PRESENTACIÓN PROFESIONAL Grabar un vídeo de presentación personal o de la empresa y servicios para enviar a un potencial cliente B2B	EMAIL DE SEGUIMIENTO Sobre un supuesto cliente ficticio, redactar un guion para email con el objetivo de conseguir una cita con el cliente	PLAN DE PROSPECCIÓN DIGITAL Preparar un formato en PwP de promoción digital de los servicios de la empresa para enviar por e mail marketing (se puede incluir el vídeo del ejercicio 2 insertado)	PRESENTACIÓN DE PRODUCTO Sobre la información de un supuesto cliente (adjuntaremos ficha informativa), deberás construir un vídeo explicando el producto y argumentando las ventajas y beneficios que aporta el producto

METODOLOGÍA FORMATIVA



14 HORAS DE CONTENIDO EN VIDEO BAJO DEMANDA



12 HORAS DE EJERCICIOS PERSONALIZADOS



3 HORAS EN AULA VIRTUAL CON TUTOR (2 sesiones de 90 min.)

ESTÁN NARRADOS

Un profesional del equipo explica los contenidos de las diapositivas, una por una, como si se tratase de una clase virtual o presencial, aportando calidez, y reforzando la memorización y retención de ideas y de conocimientos.

SE PRESENTAN EN VÍDEO BAJO DEMANDA

Como en las aplicaciones de entretenimiento digital (netflix, etc.) los cursos están en un formato de vídeo con diferentes duraciones, temáticas y contenidos, dentro de una plataforma propia de PRISMA en la aplicación Moodle).

MÓDULOS DE CONTENIDOS INDEPENDIENTES

Cada módulo tiene contenidos independientes, pero relacionados con los que preceden o suceden. En cada módulo puede haber varios vídeo-streaming con contenidos y ejercicios, links a internet, referencias bibliográficas y otros materiales de soporte, ayuda o ampliación de conocimientos.

LA UNIDAD DIDÁCTICA ES UN VÍDEO 'ON DEMAND' DE 15' DE DURACIÓN

Incluye un número aproximado de entre unas 5-7 diapositivas con contenidos teóricos en forma de esquemas, resúmenes y material gráfico diverso, procurando que tengan poco texto y animaciones para que la presentación sea lo más dinámica posible.

VÍDEO PRESENTACIÓN DE CADA MODULO

Se explican los objetivos, contenidos e incluso ejercicios del módulo a realizar. Es deseable que estos vídeos tengan al menos, 2 planos diferentes. La presentación del módulo se ubica antes de la visión de los contenidos del módulo en cuestión.

CASOS PRÁCTICOS POR CADA MODULO

Que el participante deberá resolver y "subir" a la plataforma como actividad obligatoria y evaluable del curso. Los casos prácticos deben tener un tiempo de resolución acorde con la duración del curso. Dependiendo si hay o no tutorías, debe incluirse un feedback, resumen o resolución de los casos prácticos para que el alumno conozca si lo ha resuelto bien o no y las acciones de mejora.

VÍDEO-TUTORÍAS O AULAS VIRTUALES

Las tutorías se realizan mediante vídeo-reunión con un grupo máximo de 10 personas. La tutoría tiene tres partes. La primera parte es un recorrido recordando y comentando los conceptos clave de los módulos, la segunda parte es el feedback de mejora de los ejercicios, y la tercera parte es que todos los asistentes valoren el aprendizaje incorporado o las destrezas o adquiridas durante la formación.

CUESTIONARIOS DE VALORACIÓN

Cada módulo debe contener un cuestionario con preguntas tipo test de un máximo de 20 y un mínimo de 10. Pregunta con 4 opciones de respuesta. La idea es que el cuestionario aborde los temas clave de la formación impartida y que ayude a recordar y consolidar conocimientos.

METODOLOGÍA FORMATIVA



Formación digital en
videos 'on demand'
explicativos

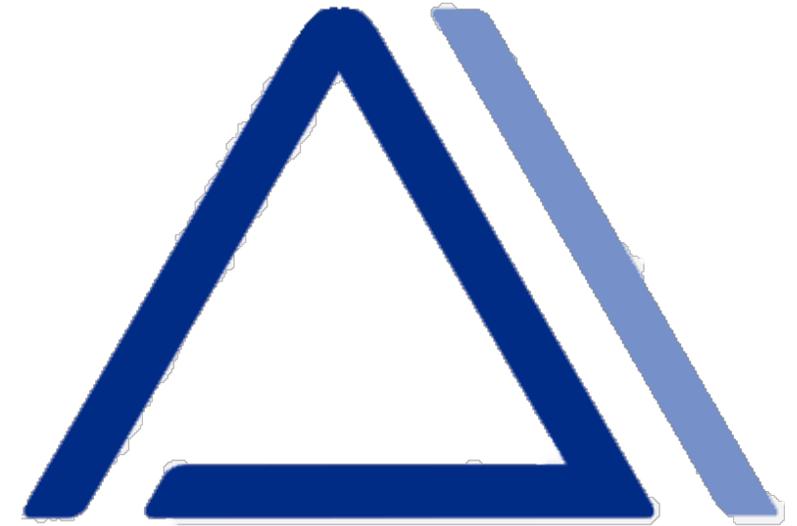


Campus virtual,
plataforma y tutor
disponible 24/7



Precio 100 %
Bonificable

Gracias



DETALLES DE CONTACTO

NUESTRA WESITE

www.grupoprisma.com

CONTACTO

 comercial@grupoprisma.com

+34 914 344 060

SOCIAL MEDIA

 [Twitter witter.com/GrupoPRISMA_](https://twitter.com/GrupoPRISMA_)

 [Linkedin.com/company/616629](https://www.linkedin.com/company/616629)

DIRECCIONES

Pº Imperial, 8 – 28005 **Madrid**

Rúa Tomás da Fonseca, Torre G **Lisboa** 1600-209