

SOCIAL SELLING

¿CÓMO GENERAR CLIENTES POTENCIALES A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES?

El Social Selling o venta social consiste en el uso de las redes sociales como herramienta comercial para conseguir ventas de un producto o servicio (hubspot.es), y se utiliza para acelerar los procesos de ventas de una empresa, al mismo tiempo que permiten estar más conectado para generar nuevas oportunidades". (Linkedin)

El Social Selling no es vender en redes sociales. Se trata de construir vínculos sólidos, que nos ayuden a:

1. Captar más clientes potenciales (oportunidades de negocio).
2. Mejorar las tasas de conversión (ventas).
3. Generar ventas efectivas a corto plazo y la lealtad del cliente a largo plazo.

En resumen, el Social Selling es una técnica de venta personal que se utiliza a través de las redes sociales, y permite aumentar la probabilidad obtener clientes potenciales para la organización.

El seminario Social Selling: ¿Cómo generar clientes a través de las redes sociales? proporciona una guía práctica sobre la manera en que las empresas pueden aprovechar las redes sociales para cumplir con sus objetivos de marketing y ventas.

El propósito del curso es proporcionar a los participantes la posibilidad de adquirir los conocimientos necesarios para realizar la planeación e implementación de estrategias de Social Selling para generar clientes a través de las redes sociales ajustadas a las necesidades del mercado y de la empresa.

Objetivos

Objetivo general

Al final del seminario, el participante estará en capacidad de diseñar una estrategia de Social Selling para negocios B2B (Business to Business) y B2C (Business to Customer) para aumentar el posicionamiento y generar oportunidades de negocios a través de las redes sociales, aprovechando las oportunidades y las principales herramientas del ecosistema digital actual (contenidos, redes sociales, landing page, lead magnet, embudos de venta, y automatización de campañas de e-mail marketing).

Objetivos específicos

Al final de cada tema, el participante aprenderá a:

1. Distinguir los principales conceptos y ecosistema del Social Selling (venta social).
2. Identificar los 4 pasos para diseñar la estrategia de Social Selling
 - Desarrollar su marca profesional en redes sociales y alinearla con su organización.

- Encontrar a las personas adecuadas y volverse relevante para ellos.
 - Interactuar con sus clientes potenciales con contenido de valor.
 - Construir relaciones y conexiones de confianza con compradores e influenciadores a través de las redes sociales.
3. Crear una estrategia de contenidos adecuada para el Social Selling.
 4. Realizar el mockup de una landing page y blog.
 5. Diseñar una estrategia de publicidad en Facebook e Instagram y comunidades.
 6. Efectuar la automatización de las comunicaciones de marketing a través de campañas de e-mailing, mensajes de texto, embudos de venta y CRM.
 7. Construir una estrategia Social Selling crear posicionamiento de marca y generar oportunidades de negocios a través de las redes sociales

Temario

1. Fundamentos y ecosistema del Social Selling.
 - ¿Qué es Social Selling o venta social?
 - Principales tendencias en redes sociales
 - Comportamiento del consumidor digital.
 - Mix del social selling.
 - Perfil del buyer persona y embudo del Social Selling.
 - [Taller] Fundamentos del Social Selling.
2. Los cuatro pasos para diseñar la estrategia de Social Selling
 - Desarrollar su marca profesional en redes sociales y alinearla con su organización.
 - Encontrar a las personas adecuadas y volverse relevante para ellos.
 - Interactuar con sus clientes potenciales con contenido de valor.
 - Construir relaciones y conexiones de confianza con compradores e influenciadores a través de las redes sociales.
 - [Taller] Estrategia de contenidos y optimización.
3. Crear una estrategia de contenidos adecuada para el Social Selling.
 - Introducción estrategia de contenidos.
 - Tipos y formatos de contenidos: Streaming social, podcast, video, e-book, webinar, memes, imagen e infografía.
 - Herramientas para la creación de contenidos.
 - Matriz estratégica de contenidos.
 - [Taller] Estrategia de contenidos
4. Realizar el mockup de una landing page para el Social Selling
 - Introducción al blog y landing page.
 - Diseño (mockup) de una landing page.
 - Herramientas para el diseño una landing page.
 - [Taller] Diseño (mockup) de una landing page.



5. Diseñar una estrategia de publicidad en Facebook e Instagram y comunidades.
 - Publicidad en Facebook e Instagram.
 - Redes sociales para el social selling.
 - [Taller] Campaña de publicidad en Facebook.
6. Efectuar la automatización de las comunicaciones de marketing a través de campañas de e-mailing, mensajes de texto, embudos de venta y CRM.
 - Campañas de e-mailing y mensajes de texto.
 - Automatizaciones y CRM
 - Diseño del embudo de venta.
 - Herramientas de automatización y CRM.
 - [Taller] Automatización de una campaña de e-mailing.
7. [Taller] Estrategia Social Selling para crear posicionamiento de marca y generar oportunidades de negocios a través de las redes sociales.

Metodología

Se vincula la teoría del marketing digital con la experiencia práctica de negocios mediante casos de empresas reales, a fin de proporcionar soluciones que ayudarán a los participantes a comprender el Social Selling para los negocios B2B y B2C en el mundo real y a diseñar una estrategia de Social Selling para generar clientes potenciales a través de las redes sociales.

Se entregarán herramientas y metodologías aplicables para que el participante ponga en marcha su proyecto. El contenido del curso es teórico-práctico. Se brindará apoyo audiovisual y se desarrollará un caso para la aplicación de los temas vistos en cada sesión.

Dirigido

Todas aquellas personas interesadas en capitalizar las redes sociales para generar oportunidades de negocios y construir relaciones sólidas con clientes potenciales. Emprendedores, profesionales independientes, funcionarios de áreas de mercadeo, comercial y comunicaciones.

Conferencista

Diana Naranjo
Estrategias digitales y marketing
<https://www.linkedin.com/in/diananaranjo/>

Gerente de Estrategias Digitales & Marketing en Portal en Línea y docente en el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Tiene experiencia en el diseño e implementación de estrategias digitales, y marketing con énfasis en ventas, clientes y CRM (Customer Relationship Management) en los sectores cooperativo financiero, construcción, retail y moda en Colombia.



Ha trabajado en proyectos de consultoría y formación empresarial para grandes marcas en Colombia.

Conferencista y docente en el Centro de Formación Continuada de la Universidad del Norte en Barranquilla del seminario taller Social CRM, Marketing de Contenidos, Social Selling y Estrategia Omnicanal Digital.

Docente en pregrado y posgrado de la facultad de administración en la Universidad del Rosario de los seminarios: trabajo de grado PAFE "Estrategias digitales para negocios", Fundamentos de Marketing Digital y Mercadeo Directo y Relacional.

Información general

Lugar: CESA

Fecha: próximamente

Intensidad: 21 horas

Horario: entre semana

Inversión: por confirmar

POLÍTICAS PARA RETIRO, RESERVA DE CUPO Y APLAZAMIENTO DE MÓDULOS

RETIRO ANTES DEL INICIO DEL PROGRAMA

Los participantes inscritos, que hayan efectuado el pago del programa, podrán retirarse antes del inicio del mismo, para lo cual deben enviar una solicitud por escrito al correo info.formacionejecutiva@cesa.edu.co, adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del retiro e informando el número de cuenta para que se realice el reembolso parcial del dinero cancelado. Esta solicitud será evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva, quien autorizará o no, sea el caso, el reembolso parcial del dinero.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Se devolverá el 80% del valor facturado por el programa.
- La devolución del dinero se realizará durante los próximos 30 días hábiles posteriores a la solicitud.

Si el participante no notifica por escrito su decisión de retiro dentro de los plazos establecidos, perderá el cupo y no habrá reembolso alguno de dinero.

RETIRO UNA VEZ INICIADO EL PROGRAMA (Aplica sólo para programas con intensidad horaria superior a 32 horas)

Para los programas que tengan una duración mayor a 32 horas, el retiro podrá efectuarse siempre y cuando no haya transcurrido más del 15% de las horas del programa. Esta solicitud debe realizarse por escrito al correo info.formacionejecutiva@cesa.edu.co, adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del retiro e informando el número de cuenta para que se efectúe el reembolso parcial del dinero cancelado. Esta solicitud será evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva, quien autorizará o no, sea el caso, el reembolso parcial del dinero.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Se devolverá el 50% del valor facturado por el programa.
- La devolución del dinero se realizará durante los próximos 30 días hábiles posteriores a la solicitud.

Si el participante no notifica por escrito su decisión de retiro dentro de los plazos establecidos, perderá el cupo y no habrá reembolso alguno de dinero.



RESERVA DE CUPO

Los participantes inscritos, que hayan efectuado el pago del programa, y no puedan iniciar el mismo en las fechas establecidas, podrán reservar el cupo, optando por alguna de las siguientes alternativas:

- Participar cuando se vuelva a ofertar el programa, siempre y cuando éste sea programado en el mismo año en el que se efectuó el pago; no se podrán hacer traslados de un año al otro.
- En caso de que el mismo programa no se vaya a realizar nuevamente en el mismo año, el participante podrá abonar el monto pagado para inscribirse en otro programa de Formación Ejecutiva, pagando el excedente, si se trata de un programa de mayor valor. Para el caso en que el valor del nuevo programa sea menor al inicialmente cancelado por el participante, no se efectuarán devoluciones parciales de dinero.

La reserva de cupo no garantiza que un programa mantenga las mismas condiciones cuando el participante ingrese nuevamente. En este sentido, el participante acepta, de ser el caso, las nuevas condiciones académicas y económicas del mismo.

La solicitud para reserva de cupo debe realizarse por escrito al correo electrónico info.formacionejecutiva@cesa.edu.co, adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo por el cual no podrá asistir y debe reservar el cupo. Esta solicitud será evaluada por la Dirección de Formación Ejecutiva, quien autorizará o no, sea el caso, el procedimiento.

Si el participante no notifica por escrito su decisión de reservar el cupo dentro de los plazos establecidos, perderá el cupo y no habrá reembolso alguno de dinero.

APLAZAMIENTO DE MÓDULOS (Sólo aplica para diplomados)

Transcurrido más del 15% de las horas totales del diplomado, el participante podrá optar por aplazar uno o más módulos y cursarlos posteriormente. Esta solicitud debe realizarse por escrito al correo indira.reyes@cesa.edu.co, adjuntando una carta escaneada que especifique el motivo del aplazamiento, con el fin de ser evaluada por la Coordinación Académica de Formación Ejecutiva.

Para este procedimiento se deben tener en cuenta los siguientes parámetros:

- La reserva de cupo no garantiza que un programa mantenga las mismas condiciones cuando el participante ingrese nuevamente. En este sentido, al solicitarse el reintegro, el participante acepta, de ser el caso, las nuevas condiciones académicas y económicas del mismo.
- El participante debe asistir a los módulos pendientes, inmediatamente se vuelva a ofertar el programa.
- Para el reingreso, el participante deberá enviar un correo a indira.reyes@cesa.edu.co confirmando su asistencia.
- No aplica para aplazamiento de sesiones individuales, sólo para módulos completos de diplomados.

Si el participante no notifica por escrito su decisión de reintegrarse, no habrá reembolso alguno de dinero.

POLÍTICAS DE CAMBIOS EN CONFERENCISTAS Y FECHAS

El CESA se reserva el derecho a realizar cambios de conferencistas y fechas, lo cual incluye reprogramación del programa en su totalidad.

En caso de no llegar al número de personas requerido, el programa será cancelado.

POLÍTICAS DE ASISTENCIA

El cumplimiento de la metodología propuesta para cada curso, seminario o diplomado, y la asistencia, constituyen los requisitos indispensables para otorgar el certificado de asistencia al participante.

La metodología del programa podrá incluir, por parte del participante, la posibilidad de presentar trabajos/proyectos/exámenes de características que se especifiquen, dentro del plazo que al efecto se establezca.



En ningún caso la asistencia al programa podrá ser sustituida por presentación de trabajos o por clases supletorias dictadas por el docente a algunos de los participantes que hayan presentado ausencias a las sesiones regulares incluidas en el cronograma del programa.

Se expedirá el certificado de asistencia cuando se verifique la presencia activa del participante en el 85% de las horas programadas para el respectivo curso, seminario o diplomado. Las excusas de cualquier tipo no eliminarán las fallas. Ningún coordinador académico, docente o empleado del CESA está facultado para autorizar a un participante ausencias o retiro de las sesiones.