

Modalidad: curso e-Learning Duración: 4 horas

Categorías: Transformación digital

OBJETIVOS

Maximizar la ratio de conversión del funnel de venta a través de la adecuada gestión de los procesos de información, decisión, compra y entrega al cliente.

CONTENIDOS

Unidad 8.1. Introducción

2. Proceso de información y decisión digital vs tradicional
3. Estrategia de generación de contenidos
4. Diseño de la fase de información y decisión
5. Importancia de los procesos de conversión
6. Herramientas de personalización
7. Analítica Digital para la toma de decisiones inteligentes

