

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Transformación digital

OBJETIVOS

- Desarrollar un marketing en las empresas adaptado a la nueva economía digital, donde todas las gestiones comerciales se centran para que el usuario que navega por internet sea el verdadero protagonista de cada acción propuesta y ejecutada. - Enumerar los diferentes objetivos que puede perseguir el marketing digital. - Diferenciar el marketing digital y el marketing analógico. - Identificar los canales de comunicación que utiliza el marketing digital. - Identificar los factores clave del marketing de contenidos. - Describir los elementos claves para el éxito del marketing digital. - Identificar diferentes modelos de negocio que pueden desarrollarse en el mundo digital.

CONTENIDOS

La era digital: el nuevo paradigma empresarial y los desafíos de la transformación digital
Introducción. Analizar las tendencias de una economía global en proceso de cambio constante. Generar conciencia empresarial, como motor de cambio hacia la transformación digital (autoevaluación). Primeros pasos hacia la transformación digital. El papel de las tecnologías digitales: móvil, redes sociales, analíticas web, aplicaciones en la nube, acumulación de datos, sistemas de pago, dinero digital. Mejorar el conocimiento de los clientes gracias al eCRM y al Big Data. Convergencia de marketing, venta, relación con el cliente (visión 360° y multicanal). Medir los desafíos de la dirección de IT: protección de datos, BYOD, puesto de trabajo digital, etc. Resumen.

Desarrollo de las nuevas aptitudes y actitudes digitales

Introducción. Conocimiento del nuevo paradigma laboral y nuevos entornos de trabajo. Las competencias digitales. Integración de nuevos puestos: aparición y evolución:

¿Cuáles son estas nuevas ocupaciones y qué funciones realizan? Desarrollo de las competencias informáticas y digitales de los colaboradores. Reclutamiento del talento digital:

¿Cómo llevar a cabo acciones para desarrollar las competencias digitales de tus empleados?

¿Dónde encontrar el talento digital que necesitas? La función de RR. HH. en la transformación digital de la empresa: formación y acompañamiento. El uso de los Social Media y las herramientas colaborativas. Resumen.

Visión estratégica: diseñar y desplegar una estrategia digital

Introducción. Las estrategias de transformación digital: global, por etapas, funciones y spin-off. Implicación de consumidores y clientes en la empresa. Conexión entre diferentes sectores empresariales. Medición de madurez de la propia empresa frente a la transformación digital: herramientas y procesos. Repensar el modelo de trabajo en un entorno digital: Digital Workspace. Enfoques: Mobile First, Lean Startup, Growth Hacking. Resumen.

www.criteria.es | info@criteria.es | MAD: 91 571 21 39 | BCN: 93 265 26 77

Digitalizar la gestión y la organización: las claves del éxito

Introducción. Factores claves de éxito en un proyecto de transformación digital. Facilitar los procedimientos de trabajo y acelerar la toma de decisiones. Preparación de los managers para su nuevo papel: de la gestión al liderazgo:

¿Qué es el liderazgo digital?

¿Cuáles son las funciones principales del líder digital?

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta un líder digital? Instaurar un dispositivo digital de gobierno y estimular el cambio.

¿Cómo estimular el cambio? Implementación de la filosofía digital en la empresa. Resumen.

Transformación digital en el Departamento De Marketing

Introducción. Los objetivos del marketing digital. Marketing digital versus marketing analógico. Canales de comunicación del marketing digital. Factores clave del marketing de contenido. Elementos clave para el éxito del marketing digital. Nuevos modelos de negocio.

Resumen.