INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso de Marketing y Ventas B2B

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso de Marketing y Ventas B2B

duración total: 200 horas ***horas teleformación:*** 100 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Las ventas a profesionales o B2B requieren una especial atención en cuanto al volumen y complejidad que pueden suponer estas. Para muchas empresas, gran parte de los ingresos provienen de este tipo de venta y es por ello por lo que se afanan en descubrir nuevas formas de captar, convertir y retener clientes.
Este Curso de Marketing y Ventas B2B te dotará de las habilidades y del conocimiento multidisciplinar que necesitas para emprender las estrategias y acciones que garanticen el mayor volumen de ventas y de clientes de valor a largo plazo.
INESEM te proporcionará un programa de estudios flexible, totalmente online, actualizado y apoyado por un equipo docente especializado y cercano con el alumno.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Comprender las principales diferencias entre las relaciones comerciales B2B y B2C.
- Aplicar un plan de marketing B2B que maximice las ventas y retención de clientes de valor.
- Emprender un plan de ventas con objetivos y acciones claramente establecidas.
- Asumir las responsabilidades de la figura del Key Account Manager.
- Establecer una negociación comercial eficaz.
- Desarrollar canales de venta B2B como LinkedIn.
- Aplicar el CRM y el Customer Experience Management para fortalecer los lazos comerciales.

para qué te prepara

Con este Curso de Marketing y Ventas B2B tendrás la posibilidad de aprender las nuevas tendencias dentro del mundo del marketing dirigidas a la adquisición, conversión y fidelización de clientes profesionales, ya sean cualquier tipo de empresas. Te convertirás ya no solo en el estratega clave de las relaciones B2B, sino en la figura en la cual confiarán estos clientes y la cual sostendrá buena parte de las fuentes de ingresos de tu empresa.

salidas laborales

Las salidas profesionales de este Curso de Marketing y Ventas B2B son las de sales manager, B2B manager, key account manager, trade marketing manager, business development manager, project manager, product manager, etc. Además, tendrás la posibilidad de emprender tu propio negocio de ventas B2B con la seguridad de poder establecer las pautas correctas.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — Sello — NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Marketing y Ventas B2B'

profesorado y servicio de tutorías

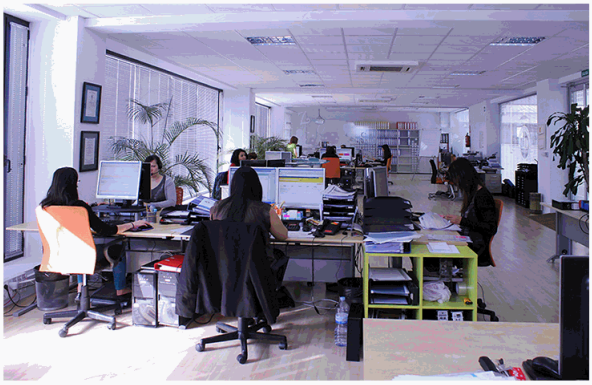
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

+ Información Gratis

programa formativo

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING B2B Y ENFOQUE EN EL CLIENTE

1.Marketing B2B y principales diferencias respecto al B2C
2.La venta y las relaciones comerciales en B2B
3.Características esenciales del cliente B2B
4.Buying Center vs Selling Center
5.Estrategia de customer centric, una cultura centrada en el cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE MARKETING B2B

1.Análisis del entorno B2B
2.Market research y análisis de la competencia B2B
3.Análisis del cliente B2B, ciclo de vida y segmentación
4.Establecimiento de objetivos B2B
5.Marketing mix B2B
6.Plan de acción
7.KPIs de segiuimiento en relaciones B2B

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE VENTAS

1.Previsión y utilidad
2.Análisis geográfico de la zona de ventas
3.Marcar objetivos
4.Diferencia entre objetivos y previsiones
5.Cuotas de actividad
6.Cuotas de participación
7.Cuotas económicas y financieras
8.Estacionalidad
9.El plan de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUNCIONES DEL KEY ACCOUNT MANAGER Y EL KAM MINDSET

1.Gestión de cuentas clave
2.Roles y responsabilidades
3.Modelos de gestión de cuentas clave
4.Key Account Management Mindset
5.Equipos de contacto con el cliente
6.Jerarquía de relaciones clave con el cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NEGOCIACIÓN COMERCIAL

1.Concepto de negociación
2.Estilos de negociación
3.Los caminos de la negociación
4.Fases de la negociación
5.Estrategias de negociación
6.Tácticas de negociación
7.Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1.Programas de fidelización online
2.Fidelización
3.Programas multisectoriales
4.Captación y fidelización de clientes
5.Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SOCIAL SELLING, REDES COMERCIALES Y LINKEDIN EN VENTAS B2B

1.Social selling B2B
2.Contenidos y personalización B2B
3.Redes sociales aplicadas al B2B

+ Información Gratis

4.Redes comerciales B2B
5.Marketing de afiliados B2B
6.LinkedIn para ventas B2B

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

1.Marketing de relaciones
2.Del CRM al e-CRM
3.Estrategia de atención al cliente
4.Optimización en la gestión del Marketing Relacional
5.Real Time Management
6.Social CRM y generación de leads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CUSTOMER EXPERIENCE B2B

1.Customer Experience para B2B
2.Diagnóstico de la experiencia
3.Buyer Persona en B2B
4.B2B Customer Journey
5.Los momentos de la verdad (MOT)
6.Innovación de la Experiencia a través de una estrategioa omnicanal
7.Monitorización de la Experiencia en B2B