



COMM099PO. Estrategias de venta omnicanal y experiencia de cliente

Sku: PS774

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Comprender y utilizar las herramientas necesarias para analizar mercados y modelos de negocio tanto en los esquemas tradicionales de negocio como en los nuevos mercados digitales.

Adquirir las habilidades necesarias para desarrollar la estrategia de clientes en los nuevos entornos digitales.

Definir los objetivos y estrategias para convertirse en empresa digital, en la actual situación de cambios profundos, innovando en productos y servicios digitales.

Aplicar los principios, herramientas y operativas Customer Experience para llevar al cliente al centro de la compañía.

Adquirir el conocimiento y las habilidades necesarias para saber gestionar la Experiencia de Cliente en cualquier organización.

Dominar la metodología, diseño e implantación del Customer Journey.

CONTENIDOS

1. ECOMMERCE 1.1. Concepto 1.2. Modelos de negocio en la red 1.3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional 1.4. Tipos de comercio electrónico 1.5. Relación con el cliente-proveedor 1.6. El proceso de compra 1.7. Comercio electrónico según el medio utilizado
2. MEDIOS DE PAGO DIGITALES 2.1. Introducción a los medios de pago 2.2. Datos 2.3. Agentes 2.4. Sistemas de pago
3. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA 3.1. Introducción al customer journey 3.2. Fases de la experiencia de cliente 3.3. Propuestas de mejora 3.4. Herramientas para crear un customer journey 3.5. Tendencias 3.6. Introducción al buyer persona 3.7. Cómo crear tu buyer persona 3.8. Herramientas