

IEM Digital Business School

Guía Docente

Estrategia de venta online

Primera Convocatoria 2024/2025

Datos generales de la asignatura

Programa: Máster en Marketing Digital
Asignatura: Estrategia de venta online

Medida: 20.0 ECTS
Carácter: Obligatoria

Temario

1: Introducción a los Embudos de Marketing, Publicidad y Ventas

- ¿Qué es un embudo de marketing y ventas?
- Problemas comunes en la comprensión de los embudos.
- La evoluicón de los embudos: del modelo tradicional al enfoque multidimensional.

2. Fundamentos de los Embudos Multidimensionales_

- Concepto y estructura
- Relación entre los dintintos modelos
- Diferencias y combinaciones entre los embudos

3: La construcción de un Sales Funnel eficiente.

- El poker de las A's en el marketing digital
- definición de objetivos según cada embudo
- ¿Cómo se relacionan los sistemas en los distintos contextos?
- Creación de estrategias según el Buyer persona y El Customer Journey.

4: Metodología Sales Funnel Canvas

- Estructura de un doble embudo.
- La importancia de las métricas y los KPI's en cada fase del funnel.
- Aplicación del modelo AIDA vs AARRR en la toma de decisiones.

5:Diseño de estrategias de Adquisición en Campañas digitales:

- Cómo establecer estrategias de adquisición en campañas digitales
- Diseño del storytelling en los funnels de conversión
- Definición de productor, up-selling y cross-selling
- Modelos de pricing y monetización en el funnel.

6: Canales de Adquisición y Activación:

- Identificación de los mejores canales de adquisición para cada negocio.
- Creación de anuncios y campañas en redes sociales.
- Estrategias de activación mediante landing y webs optimizadas.

7: Retención y Fidelización de clientes

- Keep Customer
- Implementación de acciones de marketing relacional.
- Creación del Viral Loop y estrategias de referidos.



IEM Digital Business School

8: Métricas y Optimización del Funnel

- Cómo definir las métricas clave del funnel (KPI's esenciales).
- Uso de herramientas de medición y análisis de datos
- Aplicación del modelo de iteración y mejora continua.

9: Aplicación práctica del Sales Funnel Canvas

- Creación de un Sales Funnel personalizado en 10 fases.
- Desarrollo de estrategias en grupos de trabajo.
- Diseño de campañas y evaluación de resultados.

Equipo docente

JAVIER ECHALEKU POMARES

Resultados de aprendizaje

Competencia básica

Competencias generales

Aplicación de modelos avanzados de marketing, publicidad y ventas en un Sales Funnel Canvas. Desarrollo de estrategias basadas en AIDA, AARRR y Double Funnel para optimizar la captación y conversión de clientes. Creación de estrategias según el Buyer Persona y Customer Journey (Competencias Instrumentales)

Identificación y análisis de KPIs clave en cada etapa del embudo. Implementación de herramientas de analítica y métricas para evaluar el rendimiento de campañas. Uso del Viral Loop y estrategias de retención para aumentar la fidelización y recomendación de clientes. (Competencias Interpersonales)

Definición de canales de adquisición efectivos para cada tipo de negocio. Creación de estrategias de up-selling, cross-selling y remarketing para incrementar el Lifetime Value (LTV). Aplicación de modelos de pricing y monetización para maximizar los ingresos del funnel. (Competencias Sistémicas)

Conocimientos

Diferencias entre los distintos embudos: Creación de Necesidades, Publicidad (AIDA), Ventas (The Primer) y Métricas (AARRR). Cómo se interconectan estos modelos para mejorar la conversión y fidelización de clientes. Aplicación del Double Funnel para estrategias avanzadas.

Desarrollo de estrategias de adquisición, activación, retención, revenue y referidos (AARRR). Uso de técnicas de up-selling, cross-selling y remarketing para maximizar el valor del cliente. Implementación de canales de captación y activación adecuados a cada Buyer Persona.

Identificación de KPIs clave en cada fase del embudo para mejorar el rendimiento. Aplicación del Viral Loop para potenciar la retención y recomendaciones de clientes. Uso de herramientas y métricas para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas.

Destrezas

Sales Funnel Canvas adaptado a diferentes modelos de negocio. Implementación del Double Funnel para optimizar la captación, conversión y fidelización. Aplicación de estrategias de up-selling, cross-selling y remarketing para maximizar el valor del cliente. (Plano Subjetivo)

Identificación y seguimiento de KPIs clave en cada fase del funnel (AARRR). Uso de herramientas de analítica para medir el rendimiento de campañas y tomar decisiones basadas en datos. Implementación del Viral Loop para potenciar la retención y recomendaciones de clientes. (Plano Psicomotor)

Actividades formativas



IEM Digital Business School

Clases magistrales	Presencial	10.0
Ejercicios	Presencial	10.0

1	Actividades de evaluación	
E	Estudios de caso	