

IEM Digital Business School

## Guía Docente

### Estrategia de venta online

### Primera Convocatoria 2024/2025

#### Datos generales de la asignatura

Programa:	<b>Máster en Marketing Digital</b>
Asignatura:	<b>Estrategia de venta online</b>
Medida:	<b>20.0 ECTS</b>
Carácter:	<b>Obligatoria</b>

#### 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 evolución de los embudos: del modelo tradicional al enfoque multidimensional.

##### 2. Fundamentos de los Embudos Multidimensionales\_

- Concepto y estructura
- Relación entre los distintos 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 Echalecu Pomarés

#### 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

<b>Actividades de evaluación</b>
Estudios de caso