



CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE
LA INDUSTRIA
EN EL SECTOR INDUSTRIAL

4.0

PROGRAMA DE TALLERES PRÁCTICOS
Y ASESORAMIENTO PERSONALIZADO EN

DIGITALIZACIÓN COMERCIAL **ON LINE** PARA INDUSTRIAS 4.0/5.0

Como acelerar y afianzar la presencia y operativa en los mercados virtuales internacionales y potenciar nuevos canales de captación de ingresos

Organiza:



Impartido por:




Actuación subvencionada por:



Gobierno
de Canarias

OBJETIVOS GENERALES:

Este Programa incorpora métodos de aprendizaje prácticos y proactivos en los negocios, apoyado por asesores tecnológicos y comerciales especializados, que permitirán dar forma a la creación de nuevas oportunidades para las industrias en aspectos como:

- 
- **Nuevos entornos de negocio digital:** Creación de entornos y markets virtualizados facilitadores en mercados internacionales que operen en varios países y vinculados a grandes plataformas globales.
 - **Nuevas formas de trabajar y cerrar negocios internacionales:** Mejorar herramientas de teletrabajo, comunicación y colaboración con clientes en diferentes tramos horarios o elementos culturales asociados utilizando tecnología que se adapte a estas diferencias.
 - **Modos de inteligencia asistida para el apoyo al cliente internacional:** Adaptación multidioma con herramientas de traducción instantánea, ciclos de conversación y atención, utilizando aplicaciones para comunicarnos en directo mediante chatbots o herramientas on line.
 - **Deslocalización y movilidad:** Potenciar la deslocalización y la conexión directa con el cliente internacional a través de medios digitales. El uso de herramientas y servicios de movilidad (Apps comerciales inteligentes) en el ámbito de clientes internacionales.
 - **Adecuación legal internacional:** Adecuación automática a normativas o legislaciones vinculadas de los procesos de compraventa, según país o zona de actuación. El nuevo escenario de Gaia-X, la nube europea en el mundo.
 - **Modos de pago digital y de contratación:** Facilitar pagos y cobros virtuales a través de diferentes sistemas de pago y pasarelas on line con transacción económica que favorecen la accesibilidad, seguridad y asistencia en remoto.
 - **Posicionamiento digital del negocio internacional:** Posicionamiento, promoción y reputación de negocio en el mercado internacional. Impulso, a través de internet, las redes sociales y procesos avanzados de inteligencia en el marketing.
 - **Optimización y flexibilidad de negocios en otros países gracias al apoyo digital:** Reducción de costes y optimización de los recursos para reducir inversiones y posibilitar mejores condiciones para la implantación de negocios en el exterior.
 - **Big Data, inteligencia de negocio y avances al IA (Inteligencia artificial comercial):** Mejorar el espacio BIG DATA y las posibilidades de análisis comercial que apoye y facilite la toma de decisiones y capacidad de adaptabilidad en mercados internacionales.
 - **Como montar una estrategia tecnológica comercial propia en el negocio industrial:** Apoyo en la realización de un proyecto de potenciación comercial propio y estrategia digital asociada.

DIRIGIDO A:

Responsables relacionados con los procesos de digitalización, comercialización, marketing o internacionalización de empresas industriales de Canarias (actividad industrial encuadrada en los epígrafes B, C, D, E y S (sólo código 96.01) del Código Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009)).

METODOLOGÍA

■ Talleres especializados en formato webinar (2 sesiones en grupo de 2 horas):

- Taller práctico de internacionalización comercial aplicando medios digitales y técnicas de virtualización.
- Taller práctico de posicionamiento, marketing e inteligencia competitiva aplicando medios digitales y técnicas de virtualización.

■ Servicio de tutorización y asesoramiento vis a vis telemático, para el diseño de un proyecto real y viable en la industria de cada participante, como implantación efectiva de los conocimientos prácticos adquiridos. (2 sesiones individuales de 1,5 horas más 1 sesión de 1 hora para la revisión del informe final).

Como resultado final, el equipo de asesores tecnológicos y comerciales especializados del Programa elaborará un informe confidencial orientado a la implantación de las soluciones digitales seleccionadas, ajustado a las necesidades de la industria de cada participante, incorporando medidas de organización del ecosistema virtual comercial del negocio, la estrategia básica de posicionamiento, y las medidas de marketing e inteligencia competitiva a aplicar.

CALENDARIO

TALLERES ESPECIALIZADOS (en grupo)

Taller 1: Taller práctico de internacionalización comercial aplicando medios digitales y técnicas de virtualización.

20
SEPTIEMBRE

DE 10:00 A
12:00 H.

Taller 2: Taller práctico de posicionamiento, marketing e inteligencia competitiva aplicando medios digitales y técnicas de virtualización.

22
SEPTIEMBRE

DE 10:00 A
12:00 H.

TUTORIZACIÓN Y ASESORAMIENTO (individual)

Fase 1: Documento de necesidades y recursos de partida.
Identificación de problemáticas en la industria de cada participante.

Fase 2: Diseño personalizado del proyecto digital de potenciación comercial.

Fase 3: Selección personalizada de soluciones tecnológicas aplicables a cada proyecto.

Fase 4: Revisión y cierre de informe final para la industria de cada participante.

Del **26**
SEPTIEMBRE

al **7**
OCTUBRE

2 SESIONES DE 1,5 h.

Del **10**
OCTUBRE

al **14**
OCTUBRE

1 SESIÓN DE 1 h.

INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN:
www.asinca.com/p/talleres-40



PLAZAS LIMITADAS

PROGRAMA DE LOS TALLERES

TALLER PRÁCTICO DE INTERNACIONALIZACIÓN COMERCIAL APLICANDO MEDIOS DIGITALES Y TÉCNICAS DE VIRTUALIZACIÓN

¿Cómo crear tu ecosistema comercial virtual y conocer las técnicas de virtualización más efectivas?

- **1. ¿Es viable la internacionalización de mi empresa, apoyándose en tecnologías digitales?**
 - Análisis de la empresa y su modelo digital
 - Análisis de las capacidades y recursos internos
 - Análisis DAFO y estrategia TD (Transformación Digital)
 - Análisis del entorno y de los clientes
 - Ventajas competitivas
 - Experiencia exportadora
- **2. ¿A qué mercados y plataformas digitales debo dirigirme?**
 - Criterios de selección de mercados y plataformas
 - Concentración VS Diversificación
 - Dificultades y consejos en la selección de mercados
- **3. Búsqueda de información - plan de internacionalización. Su visión digital**
 - Estrategias de entrada. 6P
 - Plan de acción y líneas de actuación
 - Análisis de la competencia
 - Valor diferencial
- **4. Aspectos financieros y organizativos en entornos virtuales**
 - Periodificación y estimación de presupuesto. Partida digital
 - Financiación y programas. Inclusión de ayudas en el ámbito digital
 - Implicaciones organizativas y recursos necesarios. Comunidades digitales
- **5. Análisis de la estrategia digital aplicados a productos /servicios virtualizados del negocio. Plan virtual y metas**
 - Motivaciones
 - Definición de objetivos
 - Definición de target
 - Análisis de la competencia
 - Establecimiento de metas y definición de indicadores
 - Plan de acción y seguimiento



■ 6. Cómo convertir leads virtuales en compras y modelo de captación de usuario en comunidad internacional

- Captación de leads y estrategia de captación de clientes en medios digitales
 - Descarga de contenidos descargables
 - Elementos de configuración de una estrategia: Landing Pages, formularios, thank you pages, Follow-up emails
 - Lead scoring / Lead nurturing
 - Integración de campañas de inbound inteligentes
 - CRO (Conversion Rate Optimization) y la usabilidad
 - Formas de suscripción
 - Como conseguir leads con un newsletter / boletines
 - Técnicas de concursos y promociones
 - Importancia de la medición
 - Acciones offline vinculadas con acciones on line
- Trucos y recomendaciones para convertir los leads en ventas
- Técnicas de creación de grupos o comunidades internacionales de interés en los mercados objetivo

■ 7. Plataforma e-commerce avanzadas y de venta virtual personalizada en el ámbito industrial.

- ¿Marketplaces o tienda propia?
- ¿Desarrollo propio o plataformas ya desarrolladas?
- Principales plataformas:
 - Comparativa
 - Recomendaciones cuando utilizar una u otra
- Aspectos logísticos internacionales aplicables

■ 8. Cómo abrir nuevos canales de venta y automatización Chatbot

- Diseño y análisis del nuevo canal de venta on line. Tipos y casos prácticos
- Herramientas para poder desarrollarlo e implantarlo
- Aspectos a tener en cuenta a la hora de su creación y puesta en marcha: legislación, logística, condiciones de uso y servicio, coordinación y mantenimiento, etc.
- Como dinamizar los nuevos canales de venta:
 - Sincronización con la estrategia offline de la empresa
 - Estrategias de promoción
 - Marketing de afiliación
- Herramientas de comunicación automatizada Chatbot y aplicación en la comunicación con el cliente.
- Seguimiento y control de explotación. Big Data, BI e IA en el negocio, competitividad y clientes internacionales

TALLER PRÁCTICO DE POSICIONAMIENTO, MARKETING E INTELIGENCIA COMPETITIVA APLICANDO MEDIOS DIGITALES Y TÉCNICAS DE VIRTUALIZACIÓN

¿Cómo atraer a tus clientes objetivos hacia tu ecosistema comercial virtualizado global?

■ 1. Optimizar el rendimiento del sitio web (canal de negocio on line)

- **Análisis y optimización del front-end. Medidas de mejoras**
 - Peticiones (HTML, CSS, JavaScript...)
 - Herramientas para analizar las peticiones
 - Peso del contenido de la web
 - Herramientas para medir el peso del contenido
 - Optimización de imágenes
 - Herramientas para optimizar imágenes
 - Optimización en dispositivos móviles
 - Compresión
 - Caché de navegador
 - Análisis de JavaScript y CSS de una web
 - Herramientas para analizar el JavaScript y el CSS de una web
 - Unir y simplificar JavaScript y CSS
 - Herramientas para unir y minificar JavaScript y CSS
 - Retrasar la carga de vídeos
 - Reduce las llamadas a servidores externos
- **Análisis y optimización del back-end**
 - TTFB (Tiempo de respuesta del servidor) vs TTFB (Time to First Byte)
 - Consultas Base de datos
 - Sistemas de caché en servidor

■ 2. Evaluar el posicionamiento SEO y SEM / CPC / Tasa de conversión y medición KPI de los esfuerzos en posicionamiento

- ¿SEO, SEM o los dos?
- SEO in-page / off-page
- SEM
 - Introducción a la publicidad en Internet y Google Ads
 - Segmentación y estructuración de campaña en Google Ads
 - Anuncios, extensiones y landing pages
 - Ranking nivel de calidad y subastas
 - Conversión y optimización
 - Display y remarketing (Publicidad en Display y Vídeo)



■ 3. Promoción interactiva en Redes Sociales. Selección de RRSS en entornos virtualizados

- Selección de redes sociales adecuadas
- Promoción gratuita / promoción de pago
- Elaboración de estrategia virtual social
- Comunidades virtuales de personas en la Industria
- Calendario de acciones

■ 4. Campañas de posicionamiento de marca

- ¿Por qué posicionar la marca? ¿Nos interesa?
- Marketing no intrusivo
- Identificación de los clientes con la marca y sus valores
- Definición de objetivos
- Incorporación en el calendario de acciones

■ 5. Marketing de contenido y conseguir audiencia internacional

- ¿En qué consiste?
- ¿Qué contenido nos interesa crear? ¿Qué contenido ve nuestro target? ¿Cómo lo encajamos?
- Definición de guía de estilo
- Palabras clave y relación con el SEO
- Gestión de idiomas, herramientas y aplicaciones

■ 6. Análisis y desarrollo de contenido, incrementando el visual y utilizar Youtube

- ¿Cuándo y para qué utilizar Youtube?
- Como utilizar Youtube y configuración del canal corporativo promocional del negocio
- Pautas de elaboración de contenido multimedia promocional para el canal Youtube, como estrategia de visibilidad

■ 7. Herramientas digitales que me ayudarán a ser digital-friendly. Diseño

- Técnicas de elaboración y comunicación digital friendly. Mejor llegada al público internacional
- Tipos de contenidos y dispositivos de aplicación
- Mejorar la experiencia UI/UX con el usuario potencial y ofrecer una navegación agradable y personalizada.
- Adaptabilidad digital según países o aspectos culturales

EQUIPO DE ASESORES DEL PROGRAMA

En el ámbito de la estrategia de la transformación digital en la internacionalización de productos y servicios y su aplicación tecnológica asociada PROYECTRAN incorpora al Programa los siguientes profesionales como equipo digital:



OSWALDO BRITO IZQUIERDO

Gerente de Consultoría
Tecnológica e I+D+i



GABRIEL ANTÚÑEZ CRUZ

Director gráfico, creativo e
ilustrador publicitario Senior



TATIANA OJEDA GUTIÉRREZ

Diseñadora Web / SEO Manager /
CMS / Marketing



PEDRO BETANCORT RIVEROL

Analista-Programador Senior



ISRAEL HERNÁNDEZ

Analista y programador
de soluciones digitales



JAVIER MONGE GARCÍA

Consultor estratégico



PALOMA CASTILLO PALACIOS

Business, Marketing and
International Consultant

Además, se incorporará de forma puntual y complementaria a otros profesionales de excelencia del sector digital y negocio internacionales para que puedan aportar su visión con casos prácticos concretos y aplicables.

