

TÍTULO: TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL DEPARTAMENTO DE MARKETING

HORAS: 30

OBJETIVOS:

Desarrollar las competencias necesarias para diseñar e implementar estrategias de marketing adaptadas a la nueva economía digital, comprendiendo sus objetivos, canales y modelos de negocio, diferenciándolo del marketing tradicional e identificando los factores y elementos clave que garantizan el éxito de las acciones digitales centradas en el usuario como eje principal.

CONTENIDOS:

1. La era digital: el nuevo paradigma empresarial y los desafíos de la transformación digital

- 1.1. Introducción
- 1.2. Analizar las tendencias de una economía global en proceso de cambio constante.
- 1.3 Generar conciencia empresarial, como motor de cambio hacia la transformación digital (autoevaluación).
- 1.4 Primeros pasos hacia la transformación digital.
- 1.5 El papel de las tecnologías digitales: móvil, redes sociales, analíticas web, aplicaciones en la nube, acumulación de datos, sistemas de pago, dinero digital.
- 1.6 Mejorar el conocimiento de los clientes gracias al eCRM y al *Big Data*.
- 1.7 Convergencia de *marketing*, venta, relación con el cliente (visión 360° y multicanal).
- 1.8 Medir los desafíos de la dirección de IT: protección de datos, BYOD, puesto de trabajo digital, etc.

2. Desarrollo de las nuevas aptitudes y actitudes digitales

- 2.1. Introducción
- 2.2. Conocimiento del Nuevo paradigma laboral y nuevos entornos de trabajo
- 2.3. Integración de nuevos puestos: aparición y evolución:
 - 2.3.1 ¿Cuáles son estas nuevas ocupaciones y qué funciones realizan?

2.4. Desarrollo de las competencias informáticas y digitales de los colaboradores. Reclutamiento del talent digital:

2.4.1 ¿Cómo llevar a cabo acciones para desarrollar las competencias digitales de tus empleados?

2.4.2 ¿Dónde encontrar el talento digital que necesitas?

2.5. La función de RR. HH. en la transformación digital de la empresa: formación y acompañamiento.

2.6. El uso de los *Social Media* y las herramientas colaborativas.

3. Visión estratégica: diseñar y desplegar una estrategia digital

3.1. Introducción

3.2. Las estrategias de transformación digital: global, por etapas, funciones y spin-off.

3.3. Implicación de consumidores y clientes en la empresa. Conexión entre diferentes sectores empresariales.

3.4 Medición de madurez de la propia empresa frente a la transformación digital: herramientas y procesos.

3.5 Repensar el modelo de trabajo en un entorno digital: *Digital Workspace*.

3.6 Enfoques: *Mobile First, Lean Startup, Growth Hacking*.

4. Digitalizar la gestión y la organización: las claves del éxito

4.1. Introducción

4.2. Factores claves de éxito en un Proyecto de transformación digital

4.3. Facilitar los procedimientos de trabajo y acelerar la toma de decisiones

4.4. Preparación de los manager para su Nuevo rol: de la gestión al liderazgo:

4.4.1 ¿Qué es el liderazgo digital?

4.4.2 ¿Cuáles son las funciones principales del líder digital?

4.4.3 ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta un líder digital?

4.5. Instaurar un dispositivo digital de gobierno y estimular el cambio.

4.5.1 ¿Cómo estimular el cambio?

4.6. Implentación de la filosofía digital en la empresa.

5. Transformación digital en el Departamento de Marketing

5.1. Introducción.

5.2. Los objetivos del marketing digital.

5.3. Marketing digital versus marketing analógico.

5.4. Canales de comunicación del marketing digital.

5.5. Factores clave del marketing de contenido.

5.6 Elementos clave para el éxito del marketing digital.

5.7 Nuevos modelos de negocio.