



Curso Online de
**Comunicación Persuasiva
Digital** y su impacto en las Ventas

Métodos y herramientas de la neurociencia aplicada a la escritura persuasiva digital para aumentar las ventas y conectar con su cliente.


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

Presentación

El saber comunicar con estrategia comercial toma cada vez más relevancia en las empresas, especialmente en aquellas que buscan aumentar sus ventas a través de las diferentes plataformas digitales que poseen.

Ofrecer un producto o servicio que suene diferente a los clientes en el mundo digital es un desafío al que muchas empresas han sucumbido. Hoy es necesario conquistarles detrás de una pantalla y entender que han aparecido nuevos códigos, otras formas de lenguaje y un consumidor diferente.

¿Cómo hacer entonces que las empresas capten nuevos clientes y aumenten sus ventas en una red digital tan atractiva y diversa para los consumidores?

El impacto que la comunicación persuasiva o copywriting genera en la mente de los consumidores no solo es capaz de generar más ventas en la empresa, sino que además logra diferenciarla, la sitúa delante de la competencia y fideliza a sus clientes mediante la empatía y la conexión con sus necesidades.

Este curso le permitirá comprender los elementos clave de la comunicación persuasiva, el rol de la neurociencia en las ventas, la importancia de conocer bien el negocio y su cliente ideal, las estructuras mentales de escritura persuasiva y cómo cualquier texto digital puede convertirse en uno mucho más efectivo para lograr ventas aplicando técnicas de copywriting.

La Formación E-learning

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

Trabajar con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Comunicación Persuasiva Digital y su impacto en las Ventas

Objetivos del curso:

- Conocer qué es el copywriting y por qué es tan importante incorporarlo en los planes de comunicación de las empresas con presencia digital.
- Analizar el funcionamiento de las neuroventas y cómo los textos persuasivos impactan en el cerebro del cliente para aumentar ventas mediante la empatía con su necesidad y fidelización hacia la empresa.
- Conocer los elementos clave que deben estar presentes en todo texto persuasivo para aprender conceptos y aplicar técnicas de redacción persuasiva que aumenten las ventas.
- Descubrir cómo crear argumentos de venta que incrementen las ganancias de una empresa mediante el copywriting.
- Determinar cómo y cuándo utilizar ciertos elementos persuasivos que por sí mismos favorezcan la toma de acciones por parte de los clientes potenciales.
- Descubrir cómo la web de una empresa puede pasar de la comunicación informativa a una persuasiva que la convierta en un vendedor 24/7.
- Conocer las métricas básicas para evaluar el impacto de la comunicación persuasiva en las ventas de la empresa.

“ Descubra el poder del copywriting digital captando y fidelizando clientes online”

Dirigido a:

Directores de Marketing, Comerciales, Jefes de Venta, Delegados de Zona y, en general, a cualquier profesional de la venta que quiera conocer o afianzar sus conocimientos sobre métodos y herramientas de redacción persuasiva y copywriting en ventas.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

6 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Qué es el copywriting o comunicación persuasiva y su impacto en las ventas

5 horas

Como técnica de escritura persuasiva, el copywriting se basa en la neurociencia y funciona sobre la base del cerebro humano y su capacidad para responder a diversos estímulos. Su objetivo principal es permitir que las empresas posicionen su oferta de bienes y servicios en la mente de sus clientes potenciales a través de técnicas de redacción persuasiva que elevarán el valor percibido de lo ofrecido y facilitando la venta.

- 1.1. La importancia de comunicar para vender.
- 1.2. Cómo funciona el cerebro y las neuroventas:
 - 1.2.1. El cerebro reptiliano.
 - 1.2.2. El cerebro límbico.
 - 1.2.3. El cerebro neocórtex.
- 1.3. Los niveles de consciencia del cliente y su relación con las ventas:
 - 1.3.1. Cliente inconsciente.
 - 1.3.2. Cliente consciente del problema.
 - 1.3.3. Cliente que conoce la solución.
 - 1.3.4. Cliente que conoce el producto o servicio de la empresa.
 - 1.3.5. Cliente listo para comprar.
- 1.4. Los tres elementos clave que generan ventas:
 - 1.4.1. El producto.
 - 1.4.2. El copywriting.
 - 1.4.3. El tráfico.
- 1.5. Qué son los puntos de dolor y por qué son clave para que los clientes compren.
- 1.6. Qué son los gatillos mentales y cómo influyen en las ventas:
 - 1.6.1. Autoridad.
 - 1.6.2. Prueba social.
 - 1.6.3. Pertenencia.
 - 1.6.4. Escasez.
 - 1.6.5. Anticipación.
 - 1.6.6. Especificidad.
 - 1.6.7. Simpatía.
 - 1.6.8. Evidencia.

MÓDULO 2. Conocer bien una empresa permite extraer todo su potencial comunicacional

5 horas

- 2.1. Cómo saber si el cliente ideal de una empresa es tal y no otro.
- 2.2. Cómo leer a la competencia y utilizar los elementos del copywriting para atraer clientes.
- 2.3. Cómo conocer lo que piensan los clientes para utilizarlo en favor de la empresa.
- 2.4. Qué intención de búsqueda hay detrás de cada cliente y cómo se relaciona con los productos y servicios de una empresa:
 - 2.4.1. La intención de búsqueda.
 - 2.4.2. Las palabras clave.

MÓDULO 3. Las piezas que dan forma a la comunicación persuasiva

5 horas

- 3.1. La propuesta de valor del negocio como núcleo de la conversación.
- 3.2. El poder de las historias como elemento persuasivo.
- 3.3. La importancia de la prueba social y la autoridad de una empresa.
- 3.4. El rol de la garantía y su valor persuasivo.
- 3.5. La llamada a la acción: cuando el cliente está listo para comprar.
- 3.6. La relevancia de las preguntas frecuentes para eliminar objeciones.

MÓDULO 4. Las fórmulas más usadas del copywriting y su versatilidad para generar ventas

5 horas

- 4.1. P.A.S.
- 4.2. P.A.S.T.O.R.
- 4.3. A.I.D.A.
- 4.4. A.D.E.
- 4.5. H.G.L.
- 4.6. STORYBRAND.

4.7. 4P.

4.8. Joseph Sugarman.

MÓDULO 5. Cómo transformar la web de una empresa en un vendedor 24/7

5 horas

5.1. Página de inicio.

5.2. Servicios.

5.3. Sobre mí.

5.4. Blog.

5.5. Contacto.

5.6. Squeeze page o página de registro.

MÓDULO 6. Cómo medir los resultados de la comunicación persuasiva o copywriting

5 horas

6.1. Las métricas básicas para saber si el copywriting ha funcionado:

6.1.1. La página web:

6.1.1.1. La tasa de conversión.

6.1.1.2. La duración de la sesión.

6.1.1.3. Herramientas y recomendaciones para medir la web.

6.1.2. Blog.

6.1.3. Email marketing.

6.1.4. Anuncios en redes sociales.

6.2. Cómo interpretar los resultados y qué hacer con ellos:

6.2.1. La página web.

6.2.2. Blog.

6.2.3. Email marketing.

6.2.4. Anuncios en redes sociales.

Comunicación Persuasiva Digital y su impacto en las Ventas

Autor



M. José Aguirre

Periodista y Licenciada en Comunicación Social. Especializada en Comunicación Persuasiva (copywriting) con más de 15 años de experiencia como asesora comunicacional corporativa en diferentes sectores y países.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

