

SOCIAL SELLING



Rosario
GSB

LEARNING HUB

Educación Continua
y Consultoría



Rosario
GSB

Graduate School of Business
Universidad del Rosario

Desde el **2017** el **Rosario GSB - Graduate School of Business** se ha consolidado como una escuela orientada a la formación posgradual en el campo de los negocios y las organizaciones en el sector privado y público. Nuestro propósito central es ofrecer programas de formación directiva orientados a la creación, crecimiento e innovación en los negocios para agregar valor a las empresas en el contexto local e internacional.

Trascendemos talento formando magísteres, considerando las siguientes premisas:

- ◆ Liderazgo adaptativo.
- ◆ Inteligencia colaborativa.
- ◆ Pensamiento con sentido por la vida, la familia y la profesión.

Somos la
3^a mejor escuela de negocios en Bogotá,
según el **ranking América Economía.**



Rosario
GSB

LEARNING HUB

Educación Continua
y Consultoría

¡La transformación digital llega a los curriculum *vitae!*



Duración:
2 semanas (12 horas)



Acceso remoto
Lunes y miércoles
6:00 p. m. a 9:00 p. m.



Dirigido a:

Profesionales en marketing, administración, publicidad, ingeniería, relaciones públicas y áreas de comunicación que tengan un rol decisivo en promover estrategias de comunicación, mercadeo y ventas, basadas en medios digitales como Internet y las redes sociales..



Conferencista:

- Manuel Caro
Ingeniero de Sistemas de la Universidad de los Andes, con una experiencia de 28 años en marketing digital. Profesor desde 2010, de más de 350 cursos de educación posgrado, continua, in companies.



LEARNING HUB

Descripción del **programa**

En un entorno cada vez más interconectado, el Social Selling emerge como una estrategia de venta esencial enfocada en el uso de las redes sociales, para crear relaciones con los clientes potenciales, y a través de ellas, establecer confianza, credibilidad y una relación de largo plazo con ellos.

Este programa te ayudará optimizar tus esfuerzos de prospección y a construir una presencia sólida en línea que atraiga a tus clientes de manera natural, compartiendo contenido valioso que te permita conectar de manera efectiva con tu mercado objetivo.

Objetivo **general**

Orientar a los participantes en el conocimiento práctico de los recursos que las redes sociales, especialmente LinkedIn, ofrecen para darnos a conocer ante las personas indicadas que nos permitirán crecer a nivel profesional.

Objetivos **específicos**

Entender cómo aprovechar la presencia profesional en LinkedIn para la obtención de resultados tangibles.

Expandir su “arsenal” de herramientas de interacción con los consumidores a través de estrategias de contenidos digitales enriquecidas.

Ajustar los perfiles personales en LinkedIn.

Emprender acciones permanentes sobre las redes sociales personales y de empresa, especialmente en LinkedIn.

Monitorear los progresos respecto a diversos indicadores, como el Social Selling Index.





Metodología

Sesiones Expositivas. En las sesiones sincrónicas se presenta de manera sintética, secuencial y motivadora los contenidos del curso a través de la exposición oral con apoyo audiovisual.

Aprendizaje Cooperativo. Es una estrategia en la que un grupo de participantes trabaja en colaboración en una tarea determinada. La tarea puede ser tan simple como resolver un cuestionario o tan compleja como escribir una historia.

Talleres Prácticos. Es un método que permite a los alumnos convenientemente agrupados, realizar y discutir un trabajo concreto, intervenir en una actividad exterior, o encontrar solución a un problema sometido al examen del grupo, con la finalidad de concluir con unos razonamientos concretos.

Discusiones Guiadas. Existe un espacio abierto, para que los participantes interactúen y puedan expresar en este espacio, ideas o comentarios para recibir la retroalimentación tanto del docente como de otros compañeros. De manera participativa y voluntaria, se invita al estudiante a dar puntos de vista en un marco de respeto a las ideas de otros y de compartir puntos de vista y aprendizajes de la vida profesional o personal.



Contenido temático

Módulo 1

Qué es la Marca Personal y qué es Social Selling.

- › Entendiendo el nuevo proceso de compra.
- › Lo que indican los indicadores.
- › Definición de Social Selling.
- › Que NO es Social Selling.

Módulo 2

Los 4 pasos para para convertirse en un Social Seller.

- › Afinando el perfil personal en LinkedIn.
- › Prospección e investigación en LinkedIn.
- › Estrategia de Contenidos para esta red social.
- › Estrategia de relacionamiento según los niveles de contacto .

Módulo 3

Social Selling Corporativo: Planeando para el éxito de su empresa.

- › Social Selling desde el punto de vista corporativo .
- › Los 5 pasos de la estrategia corporativa de Social Selling.

¿Tienes dudas o requieres
más información?

Contactanos



Anyi Vanesa Rodríguez
Ejecutiva comercial



educon3@urosario.edu.co



+57 320 4513407



Escanea el código QR
para escribirle a Angie
Rodríguez



Rosario
GSB

LEARNING HUB

Educación Continua
y Consultoría