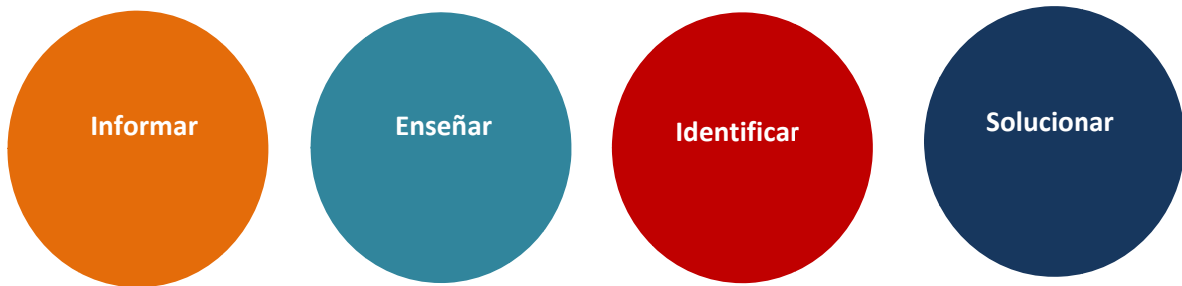


ARVET y *The Rocket School (TRS)* le ofrecen un espacio de aprendizaje de las nuevas maneras de trabajar y relacionarse. Una “escuela de negocios” pensada principalmente para profesionales y empresas que necesitan estar constantemente actualizando sus conocimientos y cuya razón de ser es ayudar a emigrar al espacio digital a aquellos que lo necesitan para consolidar sus empresas, negocios o proyectos.

PROPUESTA ARVET-TRS

ARVET y TRS proponen una ruta de servicios encaminados a conseguir el objetivo que se persigue: impulsar las ventas de las empresas de ARVET utilizando la tecnología que se tiene al alcance. Las etapas de servicio que se proponen son:



2. ENSEÑAR: TALLERES DE FORMACIÓN PRÁCTICA

TRS se constituye como empresa de formación porque creemos que la digitalización de las empresas no puede ser un servicio totalmente externalizado. Las empresas que de verdad quieran aprovechar el potencial que les ofrecen las nuevas tecnologías tienen que aprender una serie de conocimientos, saber qué herramientas necesitan y aprender a utilizarlas para conseguir sus resultados.

ARVET y TRS proponen una serie de 5 talleres, de 4 horas cada uno, que tienen en común su orientación práctica y personalizada. Los talleres se corresponden con los conocimientos que deben adquirir los responsables de las empresas.

TALLER 1: TU CLIENTE ESTA EN INTERNET

- ¿Qué tipo de cliente hay que buscar en internet?
- ¿Dónde y cómo hay que buscarlo?
- ¿Qué es lo que el cliente quiere y prefiere?
- ¿Qué le ofrece la competencia en internet?
- ¿Cómo se puede comunicar con él? ¿Qué hay que contarle? ¿Dónde hay que contárselo?
- ¿Cómo el usuario encuentra al proveedor en internet?
- Una vez encontrado, ¿qué puede hacerse para convertir al usuario en cliente?



TALLER 2: APRENDER A USAR LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE VENTA

- Las principales Redes Sociales. ¿Cuáles interesan? ¿Para qué se necesitan?
- Utilizar las Redes Sociales para el propio beneficio: el Social Media Marketing
- ¿Es posible generar negocio con las RRSS o sólo se consigue reconocimiento y reputación?
- Medir los resultados de lo que se está haciendo para hacerlo cada vez mejor

TALLER 3: ¿SE TIENE UNA TIENDA EN INTERNET? ¿CÓMO SE CREA?

- Herramientas de creación de tiendas online: pros y contras para elegir la idónea
- Lo que hay que pedirle al informático que diseña la tienda online
- El pago en internet

TALLER 4: ¿CÓMO TIENE QUE SER LA TIENDA PARA QUE VENDA MÁS?

- La exposición de los productos
- La identificación del precio y las promociones
- ¿Interesa más vender en otra tienda mayor? Los *marketplace* de venta al consumidor final y al distribuidor

TALLER 5: ¿CÓMO SE FIDELIZA A LOS CLIENTES?

- La importancia de una buena base de datos de clientes: el CRM
- Tipos de CRM. ¿Cuál interesa?
- Cómo vender más a los clientes que se consiguen
- Cómo conseguir nuevos clientes gestionando bien a los actuales