

AECQ ACADEMY



PROGRAMA DE FORMACION 2021

AECQ, ofrece a sus miembros a través del Servicio de la AECQ Academy, la posibilidad de realizar formaciones de gran calidad, personalizados para sus empresas. Las formaciones están especialmente desarrolladas para el sector de la Distribución Química.

En 2021 la AECQ Academy pone a disposición de los asociados un catálogo completo de formaciones, coordinadas con nuestros proveedores, sobre:

- **SopORTE a la venta B2B.** Las formaciones han sido elegidos por su adecuación al negocio de la venta B2B en el sector químico, su componente tremendamente práctico y su impacto de transformación de la manera de hacer las cosas de los participantes.
- **Comunicación online y marketing digital.** Las formaciones se dirigen tanto a profanos como a especialistas que quieran ponerse al día en estas materias.
- **Seminarios Técnicos.** La Comisión Técnica de AECQ diseña y planifica estas acciones específicas para nuestro sector.
- **Otras foramciones de interés para nuestros miembros.**

Las formaciones se realizarán de forma online, siempre que se cuente con suficientes alumnos. AECQ se reserva el derecho de ampliar esta programación formativa, en función de la demanda, así como a cancelarlos por falta de asistentes o a modificar las fechas para posibilitar su realización. Les mantendremos informados de cualquier modificación que pueda haber. Esta modalidad de formato online, permite la participación de alumnos en los cursos independientemente de su ubicación geográfica.

Las formaciones se realizan en tiempo real con la presencia de todos los alumnos, que atienden a la explicación del profesor en director con posibilidad de interactiva con el profesor y los alumnos de igual manera que si estuvieran en el aula.

Condiciones generales

- Las plazas de inscripción son limitadas para maximizar la efectividad de la formación proporcionando una experiencia de formación participativa e interactiva, y el seguimiento adecuado de los trabajos de grupo e individuales.
- La reserva de plaza se hará por riguroso orden de inscripción. Y no se hará efectiva hasta confirmación y formalización del pago antes del inicio de la formación.

1. FORMACIONES SOPORTE PRÁCTICO A LA VENTA B2B



INTRODUCCIÓN

Los tiempos han cambiado y hace falta actualizar las competencias de muchos vendedores B2B

El COVID-19 ha impactado tanto el “cómo vendemos” como el “cómo nos organizamos” (en venta) de las empresas B2B

- Impactos del COVID-19 -



Se trata de saber aprovechar los nuevos canales de contacto y relación...

Canales de comunicación y prospección con clientes



... pero también de saber adaptar nuestra competencias a un mundo que está cambiando radicalmente

Ejemplo de competencias a fortalecer

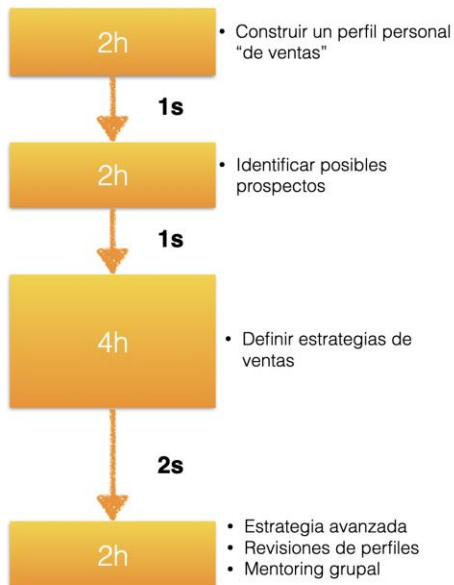
- Mayor efectividad en **PROSPECCIÓN**, usando todos los canales - incluyendo LinkedIn - y todos los formatos a disposición - incluyendo la video prospección
- Venta de **VALOR** para atraer y retener la atención de clientes y prospectos
- Gestión de reuniones e interacciones comerciales **VIRTUALES**
- Suplir a la falta de relación presencial con una **MEJOR METODOLOGÍA** de ventas
- Mejorar la **ORGANIZACIÓN PERSONAL** para compensar la falta de un marco y entorno de trabajo definido (p.ej. la oficina)
- Resistir a la incertidumbre y cambios con una **MENTALIDAD** más resiliente

	Vendedores/ Técnicos comerciales/ ...	KAMs	Marketing	Dirección de ventas
1. Desarrolla tu resiliencia emocional para superar los retos del cambio y de la crisis	SI	SI	SI	SI
2. El COVID te obliga a la venta digital: ¿Estás listo para aprovechar la presencia de tus clientes y prospectos en las redes sociales?	SI		SI	SI
3. Sistemática multicanal de desarrollo de negocios	SI		SI	SI
4. Mejora tus habilidades de hablar en público para vender más y mejor	SI	SI	SI	
5. Preparación, ejecución y seguimiento de reuniones comerciales remotas	SI	SI		SI
6. Combina los procesos y herramientas de gestión comercial y con las técnicas del coaching para desarrollar tu equipo de ventas				SI
7. Condiciónate para el éxito en ventas	SI	SI		SI
8. Vendedores consultores: fundamentos de venta consultiva para diferenciarse de la competencia	SI	SI	SI	SI
9. Análisis y gestión estratégica de las oportunidades de venta	SI	SI		SI

En la base a la experiencia de los años anteriores, algunos módulos se ofrecerán en formato **bootcamp**, con el fin de mejorar el aprendizaje **práctico** de los conceptos. El formato bootcamp trocea al contenido formativo en varias sesiones para dar tiempo a los asistentes de poner en práctica los conceptos tratados y para que el instructor pueda proporcionar feedback en la base de la experiencia real en el terreno. El objetivo es facilitar el cambio de comportamientos de los vendedores y por lo tanto hacer más efectiva la formación.

Estructura de los cursos “Bootcamp” propuestos

2. El COVID te obliga a la venta digital: ¿Estás listo para aprovechar la presencia de tus clientes y prospectos en las redes sociales?



3. Sistemática multicanal de desarrollo de negocios

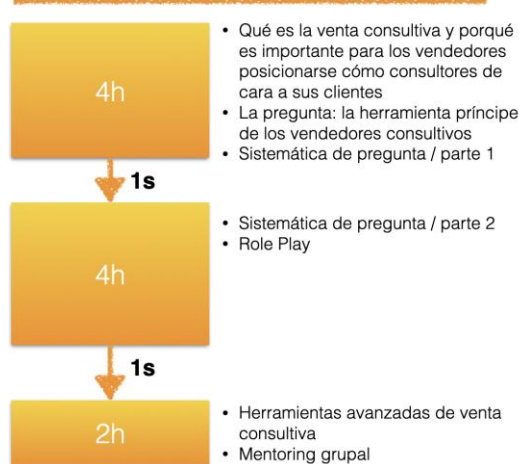


Estructura de los cursos “Bootcamp” propuestos

5. Preparación, ejecución y seguimiento de reuniones comerciales remotas (video)



8. Vendedores consultores: fundamentas de venta consultiva para diferenciarse de la competencia





1. FORMACIONES SOPORTE PRÁCTICO A LA VENTA B2B

FB2B-1: Desarrolla tu resiliencia emocional para superar los retos del cambio y de la crisis

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 29/11/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Contexto:

- La crisis del COVID ha convertido la incertidumbre en compañera cotidiana, generando un elevado nivel de stress emocional
- Por otro lado, aumenta la conciencia de la inevitabilidad del cambio del entorno de trabajo del vendedor B2B, lo que nos obligará a salir de nuestra zona de confort

Impacto buscado:

Proporcionar herramientas para afrontar los cambios venideros con mayor facilidad y motivación.

Contenido:

- La neurociencia detrás de la resiliencia. Cómo nuestro cerebro y sistema nervioso la desarrollan, y qué nos hace más y menos resiliente.
- Nuestro cerebro es moldeable y puede ajustarse a cualquier situación por mas adversa que esta sea.
- Cómo descubrir y hacer usos de los recursos internos para afrontar cualquier crisis que se nos presente
- Técnicas y estrategias de inmediata aplicación para fortalecer y sustentar la resiliencia

FB2B-2: El COVID te obliga a la venta digital: ¿Estás listo para aprovechar la presencia de tus clientes y prospectos en las redes sociales?

Modalidad: Bootcamp Duración: 10 horas

Fechas y horarios:

08/02/2021 de 15:00 a 17:00 horas

15/02/2021 de 15:00 a 17:00 horas

24/02/2021 de 9:00 a 13:00 horas

04/03/2021 de 15:00 a 17:00 horas

Contexto:

- Con 13M de perfiles en España, LinkedIn es el entorno en que se mueven muchos clientes actuales y potenciales. Saber cómo usarlo permite abrir la puerta de nuevos potenciales clientes y consolidar las relaciones con los existentes
- La actual crisis del COVID-19 incrementa la importancia del desarrollo de relaciones “virtuales” con los clientes

Impacto buscado:

- Proporcionar a los vendedores B2B competencias, herramientas y sistemática de trabajo para empezar conversaciones con clientes potenciales dentro de Linkedn

Contenido:

- Redes sociales y LinkedIn en España
- Uso “inmediato” de LinkedIn en ventas: la estrategia “No me lío y voy al grano”
- Limitaciones de la estrategia “No me lío y voy al grano”
- El Social Selling: un paradigma de desarrollo de negocio para vendedores más estratégicos

- Preparación: Decidir a quien nos dirigimos
- Preparación: Disponer de un perfil atractivo
- Estrategia de venta #1: Posicionarse como experto
- Estrategia de venta #2: Hacerse visible y extender el alcance de la red
- Estrategia de venta #3: Empezar conversaciones relevantes
- Estrategia de venta #4: Ejecutar un proceso de ventas
- Conclusiones sobre estrategias de venta
- Revisión de perfiles de los participantes y resolución de dudas de la puesta en práctica de los conceptos explicados
- Organización del trabajo en LinkedIn
- Conclusiones de la formación

Todas las técnicas enseñadas pueden ponerse en práctica con un perfil básico de LinkedIn, aunque pueden beneficiarse del uso de versiones de pago

FB2B-3: Sistemática multicanal de desarrollo de negocios

Modalidad: Bootcamp Duración: 10 horas

Fechas y horarios:

11/03/2021 de 9:00 a 13:00 horas

17/03/2021 de 9:00 a 12:00 horas

24/03/2021 de 09:00 a 12:00 horas

Contexto:

- Muchos vendedores procrastinan las tareas de prospección y prefieren concentrarse en la gestión de clientes actuales
- Desarrollar la prospección de clientes nuevos de manera metódica bajo forma de proceso facilita su puesta en ejecución y mejora los resultados

Impacto buscado:

- Incrementar el número de contactos con nuevos prospectos gracias a la definición y puesta en marcha de un proceso riguroso de prospección a través de todos los canales de contacto disponibles

Contenido:

- Introducción a la prospección y puntos de partida más comunes
- Qué es un proceso de prospección y relaciones con otros procesos clave (ventas y nurturing)
- Selección de los clientes y perfiles clave para la prospección
- Cómo construir un proceso de prospección: secuencia, cadencia, duración, canalidad
- Define el proceso de prospección mejor adaptado a tu negocio
- Uso del teléfono: guiones, gestión del gatekeeper y de las objeciones más comunes
- Uso del email: plantillas para cada mensaje de la secuencia
- Uso del video: video-prospección
- Uso de LinkedIn y otros canales
- Finalización del proceso de prospección
- Revisión del proceso de prospección de los participantes y resolución grupal de dudas
- Conclusiones

FB2B-4: Mejora tus habilidades de hablar en público para vender más y mejor

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 06/05/2021 de 9:00 a 13:00 horas

Contexto:

Saber hablar en público y en vídeo se ha convertido en una necesidad para muchos vendedores, llamados a transformar su rol y asumir en varios casos responsabilidades de marketing, como por ejemplo la organización de webinars.

Impacto buscado:

Proporcionar habilidades básicas para superar el miedo a presentar y comunicar en público

Contenido:

- Técnicas para superar el pánico escénico y dominar el arte de hablar en público como un PRO
- Estructurar la presentación para mantener a la audiencia interesada
- Técnicas para cautivar y convencer al público

FB2B-5: Preparación, ejecución y seguimiento de reuniones comerciales remotas

Modalidad: Bootcamp Duración: 11horas

Fechas y horarios:

13/05/2021 de 09:00 a 12:00 horas

17/05/2021 de 09:00 a 12:00 horas

25/05/2021 de 09:00 a 12:00 horas

31/05/2021 de 15:00 a 17:00 horas

Contexto:

- Muchos vendedores acuden a reuniones con clientes sin objetivos y estrategias de reunión claras, y por lo tanto no consiguen los resultados deseados
- También, corren el riesgo de dejar enfriar e incluso perder oportunidades a causa de un seguimiento subóptimo
- Además, el COVID-19 está dificultando las reuniones presenciales, canal de interacción tradicional de los vendedores B2B, y obliga a repensar la interacción cliente utilizando herramientas remotas
- Las reuniones virtuales - particularmente en vídeo - ofrecen nuevas oportunidades, pero hay que conocer y saber cómo aprovechar

Impacto buscado:

- Mejorar el ratio de éxito de las reuniones comerciales
- Aprovechar las ventajas de las reuniones virtuales para sacar máximo provecho de las interacciones no presenciales

Contenido:

- Tipologías de objetivos y resultados de una interacción comercial
- Continuaciones y avances: definición y porqué hay que buscar avances
 - Ejercicios
 - Casuística: cómo transformar continuaciones en avances
 - Porqué funcionan los avances
 - Cómo usar los avances para establecer objetivos para las reuniones

- Metodologías de planificación de interacciones/ reuniones de manera a conseguir los avances en la venta
- Construir su propio modelo de planificación de interacciones/ reuniones
- Diferencias entre reuniones virtuales y presenciales: limitaciones y nuevas oportunidades
- Buenas prácticas para la preparación y ejecución de reuniones virtuales
- Modalidades de uso de herramientas de videoconferencia para reuniones de venta remota
- Revisión de las principales herramientas: ventajas e inconvenientes de cada una, en función del contexto de la reunión, desde el punto de vista del negocio
- Técnicas de seguimiento de la interacción/ reunión
- Construir su propio modelo de seguimiento de reuniones comerciales e implantarlo en el CRM

FB2B-6: Combina los procesos y herramientas de gestión comercial y con las técnicas del coaching para desarrollar tu equipo de ventas

Modalidad: Módulo Duración: 8 horas

Fechas y horarios:

17/06/2021 de 9:00 a 13:00 horas

01/07/2021 de 9:00 a 13:00 horas

Contexto:

- En el contexto del trabajo remoto de venta que el COVID nos ha dejado, el papel del responsable comercial se hace aún más clave, si cabe.
- No se trata solo de proporcionar soporte a los comerciales cuando lo necesiten (que también), sino de proporcionar al equipo una estructura de trabajo basada en ciclos de planificación y seguimiento que guíen la actuación de los vendedores, y de desarrollar al mismo tiempo las capacidades y la autonomía del equipo

Impacto buscado:

Capacitar los responsables comerciales con conocimientos y herramientas de gestión para que guíen a los miembros de su equipo hacia el desarrollo de su centro de excelencia y la maximización de sus resultados comerciales.

Contenido:

- Como gestionar a través de ciclos de planificación y seguimiento
 - Ciclo estratégicos
 - Ciclos tácticos
 - Herramientas de soporte
- Cómo fortalecer la transparencia de la organización: el uso correcto del CRM
- Introducción al coaching de ventas. ¿Qué es, cómo complementa los procesos de gestión y para qué nos sirve?
- Cambio de rol: de responsable comercial a coach de ventas
- Habilidades de venta del equipo y cómo desarrollarlas para acompañarles a la excelencia comercial
- Herramientas de coaching comercial para motivar al equipo e incrementar sus resultados de ventas
- Modelos de coaching de ventas

FB2B-7: Condiciónate para el éxito en ventas

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 30/09/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Contexto:

- La efectividad y el éxito de muchos vendedores están impactados negativamente por la existencia de creencias limitantes autoimpuestas, que condicionan el comportamiento, la creatividad y la capacidad de iniciativa de muchos vendedores

Impacto buscado:

- Tomar conciencia de las limitaciones auto-impuestas que dificultan alcanzar los objetivos comerciales y elaborar estrategias para derribarlas

Contenido:

- La biología de las creencias.
- Como identificar las creencias comerciales y cómo retarlas
- Creencias limitantes vs creencias potenciadoras
- Cómo prepararse para la venta exitosa
- Conversaciones internas: ¿Qué te dices y cómo te lo dices?
- Cómo lograr las ventas con un buen C.A.V.A
- Técnicas para determinar y lograr los objetivos de una forma realística

FB2B-8: Vendedores consultores: fundamentos de venta consultiva para diferenciarse de la competencia

Modalidad: Bootcamp Duración: 10 horas

Fechas y horarios:

21/10/2021 de 9:00 a 13:00 horas

28/10/2021 de 9:00 a 13:00 horas

08/11/2021 de 15:00 a 17:00 horas

Contexto:

- El vendedor consultor se posiciona como asesor del cliente, ayudándole a diagnosticar sus problemas y encontrar las soluciones más apropiadas
- Para ello, hay que tener claro EL concepto básico en la venta B2B: la necesidad del cliente, y cómo construir un razonamiento de ventas a partir de ella
- La metodología propuesta se basa en el uso de preguntas, que no sólo sirven para obtener información valiosa, sino también para convencer al cliente de la necesidad de acometer cambios
- Hacer las preguntas adecuadas es probablemente la habilidad más importante para los vendedores B2B

Impacto buscado:

Desarrollar las habilidades clave para posicionarse como la respuesta a las necesidades del cliente

Contenido:

- Qué es la venta consultiva y porqué es efectiva
- La **necesidad de los clientes** como motor de la venta: lo que más cuenta en la venta es la necesidad y la percepción por parte del cliente
- **Papel de las preguntas en la venta** para entender la necesidad del cliente y mover el cliente a la acción
- Qué significa hacer las preguntas correctas: tipologías de preguntas y ámbito de aplicación

- **Sistemáticas efectivas de preguntas:** desde las preguntas factuales a las preguntas de confirmación de la oportunidad
- **Role-play final:** la reunión con el cliente potencial, en que se ponen en práctica todos los conceptos desarrollados
- Herramientas avanzadas de venta consultiva
- Mentoring grupal sobre la experiencia práctica

FB2B-9: Análisis y gestión estratégica de las oportunidades de venta compleja

Modalidad: Módulo Duración:6 horas

Fechas y horarios:

11/11/2021 de 9:00 a 13:00 horas

18/11/2021 de 15:00 a 17:00 horas

Contexto:

- El número de interlocutores por el lado del cliente está aumentando (p.ej., compras, I+D, Producción, ...), haciendo más compleja la labor del vendedor y aumentando las incertidumbres de cara al éxito final
- El vendedor tiene por lo tanto que dotarse de una sistemática de trabajo para reducir las incertidumbres y alinear su propuesta con los intereses de todos los interlocutores involucrados

Impacto buscado:

- Capacitar los vendedores para establecer una estrategia de interacción con cada interlocutor del cliente para maximizar las probabilidades de venta

Contenido:

- Evaluación del posicionamiento actual en el cliente
- Mapeo y categorización de los interlocutores involucrados en la oportunidad
- DAFO del posicionamiento actual
- Análisis de cada interlocutor: qué le motiva y cómo podemos alinearnos con sus objetivos
- Construcción de un plan de acción
- Conclusiones de la formación

2. MÓDULOS COMUNICACIÓN ONLINE Y MARKETING DIGITAL

INTRODUCCIÓN

Los pasados meses han sido complicados y nos han ayudado de forma inapelable a asumir que las herramientas digitales a nuestro alcance son y serán una realidad imprescindible para nuestro desarrollo profesional. El teletrabajo, las videoconferencias y la coordinación en remoto con nuestro equipo son hoy parte de nuestras rutinas laborales. Y por supuesto, la formación y la actualización profesional también pasa por online.

En esta línea ya desde el pasado mes de octubre pusimos a disposición de vuestros equipos nuevos módulos en la AECQ Academy con un temario completo orientado a la Comunicación online y al Marketing Digital.

Estos módulos se dirigen tanto a profanos como a especialistas que quieran ponerse al día en Comunicación y Marketing, y se desarrollarán en videoconferencias con especialistas y para un número limitado de asistentes, para facilitar la participación y el intercambio de ideas.

FCM-1: Twitter para equipos de comunicación

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 18/02/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

Cómo sacarle partido a esta red social de microblogs desde el punto de vista de equipos de comunicación corporativa, periodístico o de medios de comunicación.

Contenido

- Twitter como medio de comunicación
- Buscando contactos en Twitter
- Redacción de tweets
- Gestión de listas
- Herramientas básicas
- Herramientas de gestión de cuentas: Hootsuite
- Herramientas para valorar perfiles
- Herramientas estadísticas
- Ejemplos y casos

FCM-2: Webinars, cómo organizarlos y con qué herramientas

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 25/02/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

Metodología para poner en marcha un webinar, sea con clientes finales, públicos abiertos o cerrados, un ponente o varios. Cómo organizarlo y cómo obtener rendimiento del contenido.

Contenido

- Precauciones y errores comunes en la organización de webinars
- Aplicaciones y herramientas recomendadas
- El pre-webinar: cómo anunciarlo y captar asistentes
- Durante el webinar: puntos importantes a tener en cuenta
- El post-webinars: cómo sacarle partido al contenido generado

FCM-3: Métricas en digital y cuadros de mando: objetivos y KPIs

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 18/03/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

Nuestra actividad digital se hace cada vez más compleja. Usamos más espacios y realizamos distintas acciones con diferentes objetivos.

Esta complejidad no se puede convertir en dispersión. Tenemos que mantener el foco en las acciones que emprendemos, sus resultados e interacción entre ellas. De ahí la necesidad de diseñar y mantener cuadros de mando digitales que nos faciliten conocer nuestra evolución de un vistazo rápido facilitando la toma de decisiones.

Aprenderemos cómo distinguir entre los indicadores para evaluar cuáles son los que nos sirven a cada uno de nosotros, cómo integrarlos y sacar conclusiones.

Pero no nos quedaremos sólo en las acciones que nosotros realicemos: cada vez son más los espacios donde las personas pueden expresar sus opiniones en Internet de forma inducida o espontánea. Estas opiniones a veces amplifican los contenidos de los medios de comunicación, se ven influenciadas por líderes de opinión o reflejan las experiencias de los usuarios. Sea cual sea la fuente o la motivación, se genera una amalgama de voces que proyecta una imagen de las empresas o instituciones a veces certera, a veces distorsionada.

Aprenderemos una metodología para monitorizar estas opiniones y obtener aprendizajes que se integren con el resto de indicadores clave del cuadro de mando digital.

Contenido

- Aprender a definir los KPIs clave de nuestras acciones digitales.
- Configuración esencial de Google Analytics para que evalúe de las métricas clave de un pequeño negocio.
- Obtener aprendizajes a partir de la evaluación de los cuadros de mando.
- Ejemplos en cuadros de mando
- Gestionar las acciones de monitorización y obtener aprendizajes para tu empresa en áreas de marketing, comunicación, reputación, publicidad, etc.
- Conocer qué herramientas de monitorización se pueden ajustar mejor a tu empresa, en función de tus recursos y objetivos.

FCM-4: LinkedIn: el perfil perfecto y pautas de comunicación

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 25/03/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

Esta formación dirigida a directivos y mandos que necesiten una cierta visibilidad online, es decir, susceptibles de ser buscado por cualquier cliente, partner, proveedor o contacto. A través de esta formación tendremos un perfil bien construido y se darán pautas de uso sobre cómo hacer o aceptar contactos, qué tipo de contenidos cabe publicar en esta red social, y cómo nos relacionamos con los demás.

Contenido

- LinkedIn: Usos principales para empresas y particulares
- Como tener un buen perfil en LinkedIn
- Como hacer (bien) contactos en LinkedIn
- Pautas de interacción: ¿a quién acepto, cómo me relaciono?
- Contenidos en LinkedIn: el muro de LinkedIn y Pulse
- Redes asociadas a LinkedIn: Slideshare
- Resumen de estrategia

FCM-5: 50 consejos clave en redes sociales

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 22/04/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

La sesión quiere ofrecer una visión clara de cómo trabajar la presencia en redes sociales de una empresa, producto, marca o institución. Revisaremos una metodología de trabajo que va de las consideraciones estratégicas iniciales a la medición de resultados finales. Explicaremos las pautas de uso y errores frecuentes que se producen habitualmente en el universo de la pyme al gestionar sus redes sociales. Listaremos aplicaciones prácticas, pautas aconsejables, tendencias y trucos de las redes sociales más comunes en nuestro mercado.

Contenido

- Introducción: ¿Cómo empezar con buen pie en las redes sociales?
- Estrategia en redes sociales
- Consejos en Facebook
- Consejos en Twitter
- Consejos en Youtube
- Consejos en LinkedIn
- Consejos en Instagram
- Consejos en Pinterest
- Consejos en Slideshare
- ¿Qué y cómo medir en redes sociales?

FCM-6: Pon a trabajar a tus contenidos en internet

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 29/04/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

Un buen contenido es la base de casi todas las herramientas de comunicación y marketing digital. Cualquier proyecto necesita contenidos para una web, un blog, una sección de noticias, para las redes sociales o para el e-mail marketing.

Esta sesión quiere responder a las 6W clásicas del periodismo y ofrece una metodología para la generación y aprovechamiento del contenido: qué explicamos (líneas editoriales), a quién (públicos), dónde (en qué plataformas digitales), cómo se lo explicamos (adaptando el contenido a cada espacio), cuándo publicamos (calendario editorial) y por qué lo hacemos (objetivos y métricas que miden qué contenidos funcionan mejor).

Contenido

- Metodología: generar y aprovechar contenidos en el entorno digital
- Cómo definir temas: líneas editoriales
- Qué formatos podemos trabajar: web, noticias, blog y redes sociales
- Cómo establecer un calendario de publicaciones
- Cómo adaptar contenidos: para públicos diferentes, para distintas redes
- Atención al material gráfico: fotos y vídeos
- Uso de presentaciones
- Cómo medimos qué contenidos funcionan mejor

FCM-7: Acciones con influencers: motivos y metodología

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 20/05/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Contenido

- Reputación online e Influencers: ¿cuándo y para qué?
 - Posicionamiento de marca

- Posicionamiento en buscadores
- Prescripción
- ¿Quién es influencer?
 - Blogguers, Youtubers, Instagramers...
 - Microinfluencers: líderes de comunidades pequeñas
 - Volumen y engagement
- Metodología para acciones de PR con Influencers
 - Identificación: campos temáticos out of the box
 - Selección: afinidad, criterios cualitativos y cuantitativos
 - o Definición de la acción: posibilidades con y sin presupuesto
 - Contacto: hazte un hueco en su inbox
 - Diálogo: peticiones más comunes
 - Reporting: métricas, resultados y aprendizajes.
- Precauciones a tener en cuenta en las acciones con influencers: errores comunes

FCM-8: Conceptos tecnológicos básicos para comunicadores - Servicios y herramientas de Internet: conceptos técnicos para profanos

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 27/05/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

El comunicador, el emprendedor, el especialista en marketing o el profesional que por cualquier motivo va a trabajar en un entorno digital ha de tener unas nociones básicas de conceptos que son puramente tecnológicos. Como mínimo, ha de estar familiarizado con qué es cada cosa y qué significan esas palabras que acaban apareciendo en una conversación sobre internet o en una reunión de trabajo donde haya perfiles más técnicos.

La formación quiere ser una orientación para comprender rápidamente a qué se refieren estas palabras y en qué nos afectan como comunicadores en Internet.

Contenido

- Conceptos básicos:
 - Digitalizando la información (bit, Byte, Pixel, Mbits/sec, modem, ancho de banda)
 - Redes de datos (host, hosting, cloud computing, servidor, proxy, router, TCP/IP, dirección IP, Dominio, DNS)
 - Arquitectura de redes (hub, switch, LAN, VLAN, Gateway, WAN, VPN, GPRS, 3G, 4G)
- Software y datos:
 - o Sistemas Operativos
 - o Conexiones: puertos, firewalls, cloud computing,
 - o Free software: open source, GNU Project, Linux,
 - o Free content: Creative Commons, copyright y copyleft
 - o Distribución de datos: streaming, splitting
 - o Cuidando tus datos: back ups, virus, biometría, encriptación
 - o Blockchain
- Big Data y Internet of things
 - o Big data: definición, posibilidades, ¿por qué ahora?
 - o Internet of things: máquinas conectadas
 - o Big Data + IoT: posibles usos, oportunidades (ejemplos de start-ups locales), riesgos.

FCM-9: Gestión de la reputación online

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 03/06/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

En un entorno en el que los comentarios de los usuarios son visibles y encontrables por otros usuarios, a las empresas les urge saber cómo potenciar la voz de los prescriptores online y cómo gestionar las críticas:

- ¿Qué es la Reputación Online y por qué es importante?
- Qué es una crisis y qué NO es una crisis
- El poder de prescripción del Usuario

Contenido

- Monitorizar y herramientas de monitorización
- Valorar- Analizar
- Participar y herramientas de publicación de contenidos
- Medir resultados: Objetivos y KPIs
- Posibles herramientas de medición
- Contenidos de un informe de monitorización
- ¿Cómo responder a las críticas?
 - Ejercicio práctico
- Inteligencia emocional en una crisis

FCM-10: Flujo de trabajo de un proyecto digital

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 10/06/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

Cómo realizar un proyecto digital de forma integral e integrada con el resto de los esfuerzos de la marca y asegurarnos que trabaja en base a los objetivos estratégicos definidos. Entender la interlocución y las necesidades en las distintas fases. Estructura de un plan de Marketing Digital.

Contenido

- Repaso del flujo de trabajo de un proyecto digital
- Puntos de contacto de la marca
- Objetivos, indicadores y KPIs
- Cómo diseñar un cuadro de mando
- Cuáles son los indicadores clave para cada uno de nuestros negocios
- Ejercicio práctico de cuadro de mando y puesta en común
- Monitorización: importancia y metodología
- Sacar conclusiones de mejora a partir de un cuadro de mando integrado

FCM-11: Habilidades digitales para directivos y comunicadores

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 23/09/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

Ayuda a los directivos a entender el cambio digital en su vida profesional y cómo aprovechar las herramientas en su día a día.

Contenido

- Impacto digital en la organización y las personas
- Búsqueda
- Monitorización: Alertas, RSS, etc.
- Actualización en redes sociales

- Herramientas de administración de la información
- Creación de perfiles y alimentación
- Claves esenciales para gestionar la reputación digital

FCM-12: Marca personal vs marca profesional

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 07/10/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

Prácticamente todos nosotros generamos una huella digital, un rastro de contenidos propios o ajenos que aparecen en los buscadores si alguien quiere saber más acerca de nosotros. La charla incide en la importancia de conocer ese rastro digital y usarlo en nuestro favor, adaptando a nuestra marca personal los procesos de trabajo de la gestión de la reputación online. Incide especialmente en las pautas de uso recomendables en redes sociales a fin de salvaguardar nuestra imagen y evitar riesgos.

Contenido

- ¿Qué es la Reputación Online?
- Proceso para gestionar la Reputación Online
- Equilibrio personal – profesional
- Recomendaciones preventivas
- El papel de las redes sociales
- Evolución de marcas personales en digital
- Conclusiones

FCM-13: Redacción 2.0, cómo escribir para Internet

Modalidad: Módulo Duración: 4 horas Fecha: 14/10/2021 Horario de 9:00 a 13:00 horas

Descripción

En esta sesión se revisaran las pautas de redacción que pueden convertir nuestros textos (notas de prensa online, posts en blogs, copys en web) en factores que potencien el posicionamiento en buscadores de la empresa, la legibilidad de los textos y la capacidad de difusión online de nuestros contenidos.

Contenido

- Introducción: tus textos en Internet
- Notas de prensa como ejemplo y posicionamiento orgánico
- Nuevas pautas en la redacción
- Elementos esenciales de un texto 2.0: palabras clave y enlaces.
- Elementos adicionales
- Distribuyendo contenido en Redes sociales
- Presentaciones y metadatos
- Elementos descargables
- Distribución de vídeo
- Salas de prensa 2.0
- Redacción 2.0 y blogs



3. SEMINARIOS TÉCNICOS

FT-1: Novedades del Anteproyecto de Ley de Residuos

Modalidad: Seminario Duración: 1 hora Fecha: 9 de marzo de 10:00 a 11:00 horas

Descripción

Conocer el nuevo marco legal probable en materia de residuos, derivado del Anteproyecto de Ley de Residuos. Dirigido a directores, responsables y técnicos y personal con responsabilidad en materia ambiental en empresas que distribuyen sustancias y productos peligrosos.

Contenido

- Novedades del Anteproyecto de Ley con respecto a la Ley 22/2011 de residuos, en vigor actualmente.
- Sistema de comunicación a la ECHA de artículos con sustancias peligrosas (SCIP)
- Afección específica del Anteproyecto de Ley al sector de la distribución química

FT-2: Plataforma de legislación y requisitos legales, nivel avanzado

Modalidad: Seminario Duración: 1 hora Fecha: 15 de abril de 10:00 a 11:00 horas

Descripción

Conocer la últimas funcionalidades incorporadas a la plataforma Worldlex.net

Dirigido a responsables y técnicos que gestionen o tengan interés en gestionar los requisitos legales a través de la plataforma Worldlex.net

Contenido

- Breve resumen de las nociones básicas de uso de Worldlex.net
- Explicación sobre las funcionalidades avanzadas de que dispone Worldlex.net, que puedan ser de interés a los asociados.
- Recopilación de mejoras propuestas por los asociados para valorar su posible implementación.

FT-3: Seguridad Alimentaria en la distribución química, nivel avanzado

Modalidad: Seminario Duración total: 5 horas 30 minutos

Fechas y horarios:

05/05/2021 de 10:00 a 12:30 horas

12/05/2021 fr 10:00 s 13:00 horas

Descripción

Conocer la importancia de la certificación alimentaria para la distribución química, analizando las principales normas de certificación IFS, BRC y FSSC 22000 y su implantación práctica en las empresas.

Dirigido a responsables, técnicos y todas aquellas personas interesadas en conocer las características de las principales normas de certificación IFS, BRC y FSSC 22000 y su implantación en las empresas de distribución química.

Contenido

- La certificación en la distribución química: introducción sobre las principales normas de certificación IFS, BRC y FSSC 22000, beneficios para las empresa y diferencias con la ISO 9001:2015
- Esquema general y principales características de las principales normas de certificación: BRC, IFS y FSSC22000.

- Similitudes y diferencias entre BRC, IFS y FSSC22000.
- Implantación y mantenimiento de las principales normas de certificación (BRCGS, IFS Logistics, FSSC22000 transport and storage) en el sector de la distribución química.

4. OTROS SEMINARIOS



FO-1: Nuevas obligaciones de teletrabajo, registro y auditoría salarial

Modalidad: Seminario Duración: 1 hora

Fecha: 23 de febrero de 10:00 a 11:00 horas

Descripción

Conocer el nuevo marco legal en materia de trabajo a distancia, elaboración del registro salarial y auditorías salariales obligatorias.

Dirigido a directores, responsables, técnicos y personal de RRHH de empresas que distribuyen sustancias y productos peligrosos.

Contenido

- Obligaciones básicas en teletrabajo.
Real Decreto-ley 28/2020, de 22 de septiembre, de trabajo a distancia.
- Seguridad y salud en el teletrabajo.
Real Decreto-ley 28/2020, de 22 de septiembre, de trabajo a distancia.
- Registro salarial de empresas.
Real Decreto 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre mujeres y hombres.
- Auditorías salariales obligatorias.
Real Decreto 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre mujeres y hombres.
- Compliance laboral.