

SEMINARI:

La Venda Nàutica a l'era digital:

BARCELONA

DIMARTS

4

MARÇ

PORT GINESTA
(SALA POLIVALENT)
Les Botigues Sitges

DIJOUS

6

MARÇ

MARINA BADALONA
(SALA NAUTICA)
Badalona

TARRAGONA

DIJOUS

13

MARÇ

**NÀUTICA JAVIER
BERGA (AULA)**
Cambrils

GIRONA

DIMARTS

18

MARÇ

NAUTIC CENTER
(AULA FORMACIÓ)
Santa Margarida-Roses

DIJOUS

20

MARÇ

**ESCOLA NÀUTICA
MEDINYÀ**
(AULA FORMACIÓ)
Marina Palamós

PREUS

INCLOUEN FORMACIÓ, MATERIALS/DIPLOMA I DINAR

SOCIS: 0€ + IVA

SOCIS INDIRECTES: 30€ + IVA

NO SOCIS: 60€ + IVA

Inscripcions i més informació a info@clusternautic.cat o al 615 64 33 79

Promotor de:



Amb el suport de:



Estratègia marítima
de Catalunya 2030



SEMINARI:

La Venda Nàutica a l'era digital:

**Estratègies per a respondre
a un mercat en transformació**

per adaptar-se als canvis que estan modelant el sector, on la digitalització ha transformat la forma en què els consumidors investiguen i compren productes nàutics.

Seminari “La Venda Nàutica a l’era digital: Estratègies per a respondre a un mercat en transformació”

Les empreses nàutiques necessiten assistir al seminari “La Venda Nàutica a l’era digital: Estratègies per a respondre a un mercat en transformació” per adaptar-se als canvis que estan modelant el sector.

PROGRAMA

SECCIÓ 1

Context actual de la venda nàutica
30 minuts - 10:00 a 10:30

Objectius:

- contextualitzar els reptes i oportunitats del sector nàutic

Canvis a la societat

- Influència dels canvis al sector nàutica

Reflexió grupal: identificació dels principals desafiaments dels assistents

SECCIÓ 2

Els canvis en el comportament del client i el seu impacte a la venda temps de referència: 1 hora 30 minuts
10:30 a 12:00

Objectius:

- comprendre com ha canviat el comportament del client en els últims 15 anys
- reconèixer les noves prioritats i expectatives del consumidor nàutic

El client informat

- com ha canviat el comportament del client en els últims 15 anys
- reconèixer les noves prioritats i expectatives del consumidor nàutic
- la investigació prèvia a la compra
- la cerca d'opinions
- influències i “influencers”

Noves prioritats del client actual

- és la sostenibilitat un criteri de compra?
- el factor tecnològic (i la curiositat): embarcacions elèctriques, sistemes intel·ligents ... i la IA
- experiències personalitzades

Coneixement bàsic del client:

- experiències personalitzades
- el que vol (necessitats)
- el que el mou a prendre la decisió de compra
- els rols del client al procés de compra

El profund canvi del cicle de compra

- transformació de les fases del “customer journey” Role-play?

SECCIÓ 3

La transformació digital a la venda nàutica
1 hora 30 minuts - 12:00 a 13:30

Objectius:

- entendre la importància de la digitalització
- explorar eines i estratègies digitals clau per a l'èxit

Presència digital efectiva

- la pagina web optimitzada
- estratègies SEO per atraure tràfic

Màrqueting digital al sector nàutic

- l'ús de les xarxes socials
- publicitat segmentada
- email màrqueting: com dissenyar campanyes per a captar i per a fidelitzar

Eines digitals

- CRM per a gestionar les relacions amb els clients
- plataformes d'anàlisi de dades per a mesurar resultats

Taller pràctic: dissenyar un embut de vendes digital

PAUSA DINAR

La digitalització ha transformat la forma en què els consumidors investiguen i compren productes nàutics.

Participar en aquest seminari permetrà a les empreses conèixer les últimes estratègies de venda online, optimitzar la seva presència digital i aprofitar les noves oportunitats de mercat.

A més, es podran identificar tendències, eines tecnològiques i models de negoci innovadors per seguir competint en un entorn cada vegada més digitalitzat.

SECCIÓ 4

Tècniques actuals de venda presencial i online
1 hora 30 minuts - 15:30 a 17:00

Objectius:

- millorar les habilitats de venda, adaptades a l'entorn actual
- oferir experiències personalitzades i destacar-se de la competència

La venda consultiva

- construir confiança i assessorar el client
- tècniques d'escolta activa i formulació de preguntes clau

La personalització de l'oferta

- adaptar les propostes al perfil i necessitats del client
- configurar paquets personalitzats

Experiència de compra al punt de venda

- el procés de venda
 - acollida
 - classificació del client
 - sondeig
 - presentació de venda
 - argumentació
 - objeccions
 - tancament
 - seguiment i experiència d'usuari
- activitats de suport
- comunitat: esdeveniments exclusius per a clients i clients potencials

Estratègies de cross-selling i upselling

- oferir productes complementaris o de major “categoria”
- beneficis de la venda basada en el valor afegit

SECCIÓ 5

La relació a llarg termini amb el client
30 minuts - 17:00 a 17:30

Objectius:

- mantenir relacions duradores amb els clients per a generar fidelització
- conèixer estratègies postvenda efectives

La postvenda com a clau de l'èxit

- seguiment de la venda feta: interès, enquestes i recordatoris
- serveis postvenda “venedors”: actualitzacions, tallers formatius

Programes de fidelització

- beneficis exclusius per a clients recurrents
- ofertes personalitzades i esdeveniments privats
- del client fidel a l'evangelitzador (member get member?)

Construcció de comunitat

- xarxes socials i newsletters per a mantenir el contacte
 - organització d'esdeveniments i activitats per a clients
- Cas d'estudi

SECCIÓ 6

Tancament del seminari i pla d'acció
30 minuts - 17:30 a 18:00

Objectius:

- consolidar els aprenentatges
- facilitar la implementació de les estratègies comentades

Recapitulació (idees i eines)

Pla d'acció individual

- disseny d'un pla concret per a l'aplicació al seu negoci
- identificació d'objectius a curt, mig i llarg termini

PREGUNTES