



PROGRAMA DE
**TRANSFORMACIÓN
DIGITAL PARA PYMES**

PTD PYMES

Programa de Transformación Digital para PYMES

Programa de alto impacto que aúna formación,
herramientas y asesoramiento de expertos digitales para
desarrollar el Plan de Transformación
Digital de tu empresa.

Índice

• ESIC Business & Marketing School	6
• The Key elements of Digital Transformation	8
• ICEMD, más de 20 años ayudando a empezar en digital	9
• Un Mercado Digital	10
• El Programa de Transformación Digital para PYMES	12
• Metodología:	16
- Diagnóstico Digital de tu Empresa	16
- Guía de Transformación Digital	19
- Asesoramiento Individualizado	20
- Tribunal de Expertos Digitales	21
- Plan de Transformación Digital de tu Empresa	22
• Programa Académico	24
• Claustro	30
• Profesionales que como tú hoy son 100% profesionales	32
• Certificación i·3	34
• Ecosistema ICEMD Empresas	35

+50
AÑOS

formando profesionales globales
para la empresa y el marketing.
Fomentando el emprendimiento
y la economía digital.

La formación de profesionales de alta cualificación, forjados con valores éticos, junto con nuestra vocación investigadora son los tres pilares sobre los que se apoya nuestro proyecto.

Nuestra alta vinculación con la empresa nos ha permitido enlazar docencia y realidad empresarial, dotamos a todos los programas de la flexibilidad que permite a los profesionales que salen de nuestras aulas estar realmente capacitados para enfrentarse a los retos de la empresa moderna y que afronten el futuro con posibilidades reales de éxito.



+55.000
antiguos
alumnos



5 ÁREAS
Grado/ Postgrado/
Executive/ Editorial/
Idiomas



12 campus
en España
+
2 campus
en Brasil



Acuerdos con
+120
universidades en
4 continentes

Ranking y Reconocimientos

ESIC y sus programas máster aparecen sistemáticamente en los principales rankings, elaborados por instituciones y medios de comunicación nacionales e internacionales del sector, reconociendo la calidad de sus programas y situándolos entre los mejores del mundo. Un verdadero reconocimiento a nuestros +50 años de dedicación a la formación de alto nivel.



Ranking MBA Full Time Best Business School 2016

Reconocida entre las mejores escuelas de negocios internacionales para la impartición de programas MBA, ocupando el International MBA (IMBA) la 28ª posición.



QS Return on Investment 2015

Los MBAs de ESIC figuran entre los 46 mejores en Europa, ocupando la primera posición en Empleabilidad y Retorno de la Inversión. Además figuran los primeros en todas las categorías en España, excepto en dos, que ocupa el segundo y tercer lugar y se sitúa entre los 15 primeros en la mayoría de categorías a nivel internacional.



QS Global 250 Business Schools 2017

Entre las 250 mejores Escuelas de Negocios del mundo, y una de las 7 "Top-Tier Employability" Business School en Europa.



QS Global 100 EMBA Ranking 2017

El Executive MBA (EMBA) de ESIC figura entre los 100 mejores del mundo, ocupando el puesto 29 en Europa. (*Top Career Outcomes, Top Diversity, Top Recruiter Reputation, Top EMBA Executive Profile*).



U-Multirank 2017/18

U-Multirank es un organismo independiente que se inició en 2014 con la financiación de la Unión Europea y que aún sigue contando con el apoyo de la Comisión Europea de Ministros de Educación.

ESIC está en el top 30 a nivel mundial y 3ª en España como centro universitario en mejor formación *Business Studies*.



Global B-School Rankings 2017

Los MBAs de ESIC figuran en el Top 100 MBA del mundo y en el Top 50 en Management (Máster en Dirección de Empresas y Marketing, MADEM), Marketing (Master in Marketing Management, MIM), Finanzas (Máster en Dirección Financiera, MDF) y Executive MBA, EMBA.



Ranking MBA para Escuelas Globales 2017

Sitúa a ESIC entre las primeras Escuelas de Negocio del mundo, ocupando la 18ª posición, fuera de EE.UU.



Ranking of the Top International MBA Programs 2017

Posiciona los MBAs de ESIC entre los mejores a nivel mundial ocupando el puesto 52.



Merco Talento & Monitor Empresarial 2017

ESIC ocupa la 3ª posición entre las Escuelas de Negocio con mejor reputación corporativa y dentro del sector de la formación. Además está situada entre las 100 mejores compañías para trabajar en España.



Ranking Postgrados Especializados 2017

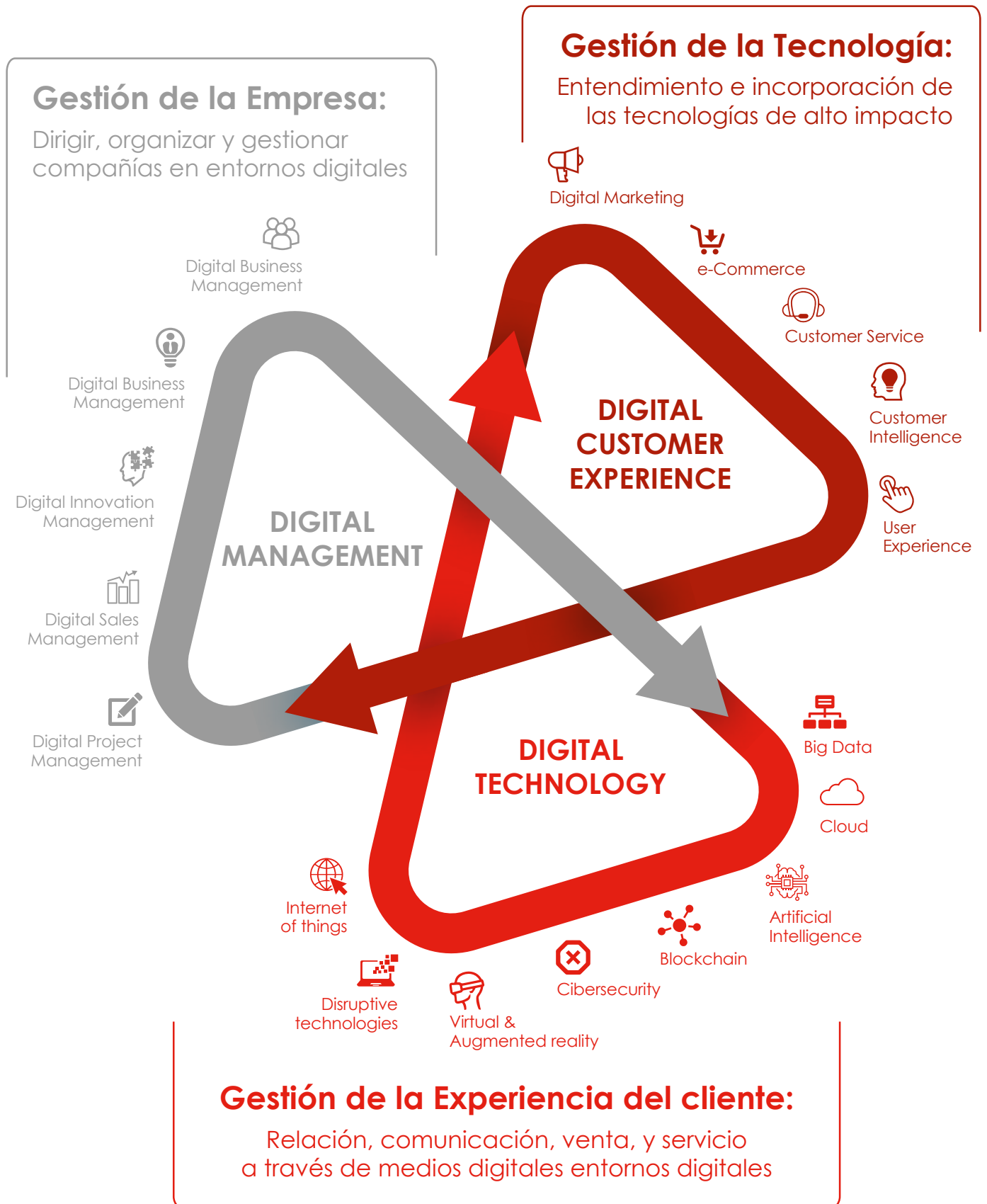
ESIC ocupa, desde 2008, el 1er puesto a nivel nacional en sus programas de marketing, comercio internacional, comunicación y publicidad y el 2º en recursos humanos y organización.



International MBA Ranking 2016

Los MBAs de ESIC forman parte de los top 170 MBA programs a nivel mundial, ocupando la 62 posición fuera de EE.UU.

The key elements of Digital Transformation



ICEMD, más de 20 años ayudando a empezar en digital

A empresas, PYMES y multinacionales, a directores de marketing, gerentes, emprendedores... de forma presencial, online o incompany.

Y es que 20 años dan para mucho.

Desde el primer instante en el que el mundo digital daba sus primeros y tímidos pasos, ESIC Business & Marketing School pudo intuir las inmensas posibilidades y lo enorme de la revolución que se nos venía encima.

Y se propuso liderarla a través de ICEMD -El Instituto de la Economía Digital de ESIC- una apuesta por la capacitación ofreciendo **respuestas a las necesidades presentes y futuras** de un ecosistema empresarial cada día más digital, cambiante y conectado.

Los 2.500 alumnos que cada año se forman en el Instituto son **la fuente de talento digital más grande de España** y una referencia europea, siendo una de las principales instituciones donde las organizaciones acuden para seleccionar profesionales especializados.

En estos más de 20 años hemos visto y contribuido a **cambiar el mundo de los negocios, la economía y la comunicación**. Nuestro objetivo es seguir siendo parte activa y motor de este reto apasionante, por eso estamos dispuestos y preparados para recorrer contigo el camino que llevará a tu empresa a ocupar su lugar en Internet.

El eje central de la transformación digital de las organizaciones está en la **interacción entre las tecnologías digitales, el management digital y el marketing digital**. La clave del éxito está en saber gestionar el impacto de esta interacción en los stakeholders de la empresa, sus procesos y sus modelos de negocio. La formación que imparte ICEMD, El Instituto de la Economía Digital de ESIC Business & Marketing School, abarca todas estas competencias necesarias para que estudiantes, profesionales, directivos y emprendedores aborden con confianza la transformación digital de sus organizaciones.

¿Empezamos?



Un Mercado Digital

La pregunta ya no es si hay que estar en Internet, **“la pregunta es cómo hay que estar en Internet”**. Y, para tener todas las respuestas no hace falta más que mirar alrededor. A nuestros clientes, potenciales o no, a nuestro sector y a nuestros competidores. **Empecemos por los clientes.**



En España, el 80,6% de la población entre 16 y 74 años **ha utilizado Internet** en los últimos tres meses.



El uso es prácticamente total en los jóvenes y ya supera el 35% **entre los mayores de 65**, un porcentaje que crece exponencialmente.



El 83% de los internautas españoles **accede a Internet desde dispositivos móviles**, y el 65% de ellos utiliza algún tipo de red social.



4 de cada 5 personas **buscan online antes de comprar** y más de cinco millones utilizan su smartphone o tableta para realizar sus compras. La sociedad, los clientes, ya son digitales.

Primera pregunta, cuando busquen empresas, negocios, productos, servicios... **qué quieres que encuentren, tu empresa o la de tus competidores.** Porque la transformación digital nos afecta a todos, ha cambiado los canales de venta, la organización, las formas de relacionarse con los clientes. Las empresas que no se adapten a la nueva Economía Digital corren el riesgo de quedarse descolgadas del mercado.



Hoy el 75% de los negocios españoles tiene página web, eso ya no es una novedad, eso es el “hay que estar en Internet”.

Pero lo que se conoce como digitalización va mucho más allá; servicios para móviles, aplicaciones, redes sociales, almacenamiento en la nube... y la publicidad online que hace que los negocios que la utilizan reciban hasta el triple de llamadas y, por supuesto, el comercio electrónico.



La venta por Internet está ofreciendo a las PYMES enormes posibilidades para ampliar sus mercados. **En 2015 creció un 27,5% con respecto al año anterior** y a día de hoy, un 20% de las empresas españolas vende habitualmente a través de este canal.

Y la digitalización no solo funciona de puertas para fuera, trabajar en la nube **ahorra hasta un 20% del tiempo** dedicado a reuniones, mejorando la productividad y según un estudio de la Comisión Europea las PYMES digitalizadas aumentan hasta un 10% su producción.

Entonces viene la segunda pregunta, y la tercera, y la cuarta... y éstas te las estás haciendo tú ahora mismo.

Porque todo esto está muy bien, pero tu empresa como el 98,5% de nuestro tejido es una PYME. Y el día a día es el día a día. Y faltan profesionales, y recursos, y músculo financiero...

Y sobre todo, ¿por dónde empiezo?





El Programa de Transformación Digital para PYMES

Sumarse a la Economía Digital es imprescindible, pero para eso hay que tener recursos. Que esos recursos hay que dominarlos para optimizarlos al máximo. Que para optimizarlos hace falta formación y que para eso hay que tener tiempo.

Y sobre todo sabemos que en una PYME nunca sobran recursos, formación y tiempo. Por eso hemos puesto en marcha un **Programa 100% creado a la medida de las Pequeñas y Medianas Empresas**.

Pensado no para la PYME, sino desde la PYME, podríamos decir que nos hemos puesto en su piel y quedaría muy bien, pero lo que hemos preferido es preguntárselo a ellas, reunirnos, hablar, pensar, volver a reunirnos, utilizar el conocimiento y la experiencia acumulada a través de los miles de alumnos que han pasado por nuestros programas y que vienen del mundo de la Pequeña y Media Empresa, juntarlo todo, darle forma sin perder de vista esas tres premisas: **aprovechar al máximo recursos y tiempo para lograr una formación y unos conocimientos adecuados a sus necesidades**.

¿El resultado?

Programa de alto impacto que aúna formación, herramientas y asesoramiento de expertos digitales para desarrollar el Plan de Transformación Digital de tu empresa.



¿Cómo se desarrolla el Programa de Transformación Digital para PYMES?

Itinerario Formativo para todos los participantes



Semana 1

Ecosistema Digital

¿Cuál es el entorno digital de los administradores de fincas, cómo pueden generar crecimiento en su ecosistema digital?

Semana 2

El Cliente Digital

Conocer el comportamiento y la personalización en la relación con los clientes de los administradores de fincas.

Semana 3

Plan de Marketing

¿Cómo desarrollo un plan de marketing enfocado al mundo online?

Semana 4

Captación y Fidelización

¿Qué estrategias, tácticas y acciones necesito para captar?

Semana 5

Web Marketing

¿Cómo debe ser mi web con foco en el cliente?

Semana 6

Redes sociales

¿Cómo crear mi comunidad social para vender más?



Asesoramiento Individual y Personalizado por Empresa

Semana 2

Diagnosis

Posicionamiento en gestión digital.

Semana 3

Foco Cliente

Segmentación de clientes.

Semana 4

Propuesta de Valor

Identificar la unicidad del negocio digital.

Semana 5

Customer Jobs

Identificando público objetivo.

Semana 6

Oferta

Gestión del producto y su adaptación digital.

Semana 7

Estrategia

Plan estratégico digital.



Semana 7

Inbound Marketing

¿Cómo utilizar el Marketing para convencer y generar leads?

Semana 8

Comercio Electrónico

¿Cómo garantizar la conversión y la optimización del carrito de la compra?

Semana 9

Desarrollo de Clientes

¿Cómo personalizar la oferta y el canal para el desarrollo de clientes?

Semana 10

Gestión Alianzas

¿Cómo gestiono los proveedores digitales?

Masterclass

La Transformación Digital

Semana 13

Comité de Expertos

Presentación de los proyectos para su valoración por Expertos

Semana 8

Tácticas Digitales

Identificación de acciones y palancas.

Semana 9

Acciones Digitales

Disciplinas y técnicas de negocio digital.

Semana 10

Acciones de Soporte

Disciplinas y técnicas de soporte digital.

Semana 11

Planificación Proyecto

Planificación digital temporal.

Semana 12

Modelo de seguimiento

Cuadro de gestión integral del proyecto digital.

Metodología: Diagnóstico Digital de tu Empresa

Antes de saber a dónde vamos, sepamos dónde estamos.

El primer paso será la evaluación personalizada de las necesidades de tu empresa y tus competencias digitales. Realizar un diagnóstico de tu empresa nos permitirá conocer el punto de partida e identificar la mejor solución.

Si la promesa es lograr que en 3 meses el proyecto digital de tu empresa esté en marcha y tú 100% preparado para pilotarlo, tenemos que ajustar y engrasar al máximo todas las piezas para que funcionen a la perfección.

El equipo tiene que conocer nuestros puntos fuertes y nuestras carencias para, reforzando los primeros y eliminando las segundas, poder conseguir los mejores resultados.

Y el último será tu capacitación para que, terminado el Programa puedas:









Metodología: Guía de Transformación Digital

¿Podemos conducir hoy por el mundo sin un GPS? ¿Sin unas coordenadas de cómo llegar a nuestro destino? Para esto, hoy la mayoría no estamos capacitados.

Para desarrollar un Plan de Transformación Digital es necesario disponer de una hoja de ruta, una metodología, una Guía de Transformación Digital.

Durante el programa, los alumnos desarrollarán, acompañados por su asesor digital, su plan de Transformación Digital, siguiendo las recomendaciones y puntos de una Guía de Transformación Digital desarrollada por la metodología i·3 para este programa.

Esta guía es una herramienta que garantiza un alto nivel de calidad en la futura ejecución de los procesos cuando se implemente el Plan de Transformación Digital en la empresa del alumno.

Metodología: Asesoramiento Individualizado

Porque tú conoces tu empresa, tu sector, tu mercado y, por supuesto, lo que necesitas, seguramente lo que te falte es saber **cómo implementar todo lo que estás aprendiendo** durante tu formación a tu empresa.

Nunca caminarás solo porque **un experto Asesor en Gestión y Negocio Digital siempre te acompañará durante el programa**. Verás que, módulo a módulo, se abrirán nuevas vías y posibilidades que es necesario aterrizar primero y después conseguir que se adapten como un guante a tu negocio.

El asesor digital te ayudará a elaborar, sesión a sesión, el Plan de Transformación Digital de tu empresa.

Los asesores digitales son ex alumnos formados en Digital Business en ICEMD, con una experiencia probada en el mercado digital y certificados por la Metodología i3 de Transformación Digital Inteligente.



Metodología: Tribunal de Expertos Digitales

Han pasado 3 meses y tu Plan de Transformación Digital está listo para arrancar, estás a un paso de poner tu empresa en Internet. Nada puede fallar. Pero sí mejorar.

Si desde el principio estamos hablando de que esto va mucho más allá de la formación tal y como se entiende habitualmente, el programa no puede acabar con un examen al uso. Por eso, **tu proyecto pasará por la evaluación final de un Consejo de Expertos Digitales.**

Ellos serán los encargados de dar el empujón final, de sugerir esa mejora, de aportar ese matiz que pueda hacer no ya que tu empresa esté en Internet, sino que pueda salir y mirar de igual a igual a otras ya consolidadas.

Nuestro Consejo de Expertos está **formado por los mejores entre los mejores de nuestro claustro de profesores.** Un grupo de profesionales con un enorme bagaje profesional y el olfato necesario para detectar oportunidades y orientarte sobre cómo aprovecharlas.



Manuel Balsera
Cofundador Start
Digital Media



Jose Luis Ferrero
Senior Manager - eCommerce
& Business Development at Philips



Ildfonso Tebar
Manager de comunicación
integrada en Samsung



Juan Carlos Muñoz
Jefe de Marketing Digital y CRM
de Volvo Car España



Alberto Sáez
Jefe de Proyectos Digitales
e Innovación en Repsol



Metodología: Plan de Transformación Digital de tu Empresa

Y cuando el programa llega a su fin, comienza el retorno de tu inversión.

A lo largo del desarrollo del curso trabajarás -junto a tu asesor digital- con un claro objetivo: **aplicar todos los conocimientos académicos para elaborar la propuesta del Plan de Transformación Digital de tu empresa.**

Durante tres meses trabajarás en **desarrollar tu hoja de ruta digital**, descubrirás junto a expertos digitales, las oportunidades que depara el ecosistema digital. Paso a paso, irás elaborando, junto con tu asesor digital, todo lo aprendido y antes de concluir tu programa, un tribunal de expertos digitales revisará tu Proyecto de Transformación Digital de tu empresa, y te entregará la ficha de feedback aportando ideas y recomendaciones de valor añadido.





Programa Académico

1

Ecosistema digital

Cuál es el entorno digital de las PYMES, cómo pueden generar crecimiento en su ecosistema digital.

OBJETIVO

Aprender a conocer el modelo relacional de las empresas en el nuevo entorno digital para poder gestionar sus los modelos de negocio, así como realizar una implantación de sus servicios y productos en el ecosistema digital.

CONTENIDOS

- Fundamentos del ecosistema digital.
- La transformación digital: el contexto digital y su comportamiento.
- El customer digital centric.
- De la estrategia digital a las tecnologías emergentes.
- Canales comerciales y de negocio.
- Innovación en los productos y/o servicios.

2

Cliente digital

Conocer el comportamiento y la personalización en la relación con los clientes.

OBJETIVO

Conocer las tipologías de los clientes en base a su comportamiento digital así como la identificación de las necesidades del cliente para poder generar una comunicación comercial eficaz.

CONTENIDOS

- El nuevo comprador, consumidor y cliente digital
- Pro-sumer
- Perfiles de comportamiento
- Cliente como canal
- Identificación de usuarios, empresas y mercados target
- Conectar con nuevos consumidores; customer jobs
- Las nuevas relaciones entre sociedad y marcas
- Los momentos de la verdad digitales



3

Plan de marketing digital

Estrategias competitivas y sus factores de éxito para un entorno crecientemente digital.

OBJETIVO

Conocer y entender las tendencias, estrategias, disciplinas y medios necesarios para desarrollar un eficaz plan de marketing.

CONTENIDOS

- Diseño y creación de un plan de marketing digital.
- Estrategias competitivas en un entorno crecientemente digital, unipersonal y global.
- Relación cadena de valor: anunciantes, agencias, centrales de medios, medios digitales.
- Grandes tendencias en el mercado digital.
- Definición y objetivos de un plan de marketing digital.
- Segmentación y definición del público objetivo en Internet y herramientas de la comunicación digital
- Elaboración de un plan de comunicación y promoción en Internet.
- Métricas del marketing digital.
- Los factores de éxito para hacer una buena estrategia digital.

4

Captación y fidelización

Cómo planificar estrategias de captación y fidelización de clientes en entornos digitales.

OBJETIVO

Planificar estrategias de captación y de fidelización, conocer las claves para comunicar de manera eficaz en el entorno digital.

CONTENIDOS

- Estrategias de captación y cualificación de clientes.
- Los fundamentos del marketing directo.
- La aplicación del marketing directo en la relación de clientes.
- El Marketing Relacional: el nuevo marketing enfocado en el cliente.
- Las claves para diseñar un programa de relación de clientes.
- Estrategias de captación eficaces.
- Aspectos ganadores para incrementar la respuesta.
- Cómo identificar clientes de alto valor potencial.
- Estrategias de fidelización y maximización del valor del cliente.
- Cómo crear valor al cliente desde la conquista.
- La fidelidad como herramienta de conquista de nuevos clientes.
- La importancia de la segmentación en la fidelización.
- Estructura de un plan de fidelización: los tres pilares fundamentales.
- Cómo desarrollar programas de prescripción, desarrollar servicios de valor añadido y acciones de incremento de valor del cliente.
- Definición de plan de contactos para incrementar la vida del cliente.
- Permission marketing.
- Programas de recompensa.

5

Web marketing

Cómo hacer una página web centrada en el usuario.

OBJETIVO

Aprender las claves, pautas y fundamentos para crear una web centrada en el usuario. Incluye contenidos de analítica web que favorecen la medición y optimización de los procesos críticos de nuestra página.

CONTENIDOS

- Un concepto clave para el éxito de una página web: la usabilidad y la experiencia de la persona usuaria.
- Arquitectura de información.
- Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural:
 - o Entendiendo el funcionamiento del posicionamiento natural.
 - o Cómo optimizar el SEO en tu propia página web
 - o Cómo optimizar el SEO a través de sites externos.
- SEM: Cómo planificar, gestionar y optimizar campañas SEM:
 - o Search Engine Marketing (SEM): planificación, ejecución y medición de campañas SEM.
 - o Creando tu propia campaña SEM de principio a fin y practica las principales técnicas.
 - o Puesta en práctica de las técnicas principales para la creación y optimización de landing pages.
- Visión analítica web:
 - o Indicadores claves de rendimiento.
 - o Tipos de herramientas.
 - o Google Analytics.

6

Redes sociales

Cómo hacer una página web centrada en el usuario.

OBJETIVO

Aprender las claves, pautas y fundamentos para crear una web centrada en el usuario. Incluye contenidos de analítica web que favorecen la medición y optimización de los procesos críticos de nuestra página.

CONTENIDOS

- Estrategia de gestión de redes sociales.
- Plan de audiencias y plan de contenidos.
 - o Tipos de usuarios y sus motivaciones en cada plataforma.
 - o Cómo montar tu propio blog empresarial.
 - o Cómo sacar el máximo provecho a Facebook.
 - o Cómo sacar el máximo provecho a LinkedIn, Tuenti, YouTube.
- Captura de leads: orgánico y paid.
- Principales métricas de seguimiento y performance.

7

Masterclass- transformación digital

8

Inbound marketing

Cómo crear un canal de tracción, captación de leads cualificados para mejorar la conversión.

OBJETIVO

Comprender las disciplinas y técnicas de inbound de marketing, trabajando los modelos de buyer persona, customer journey, captación de leads cualificados y la gestión del scoring y el nurturing de leads para el aumento de la conversión.

CONTENIDOS

- El proceso de decisión de compra del consumidor vs. el proceso de venta.
- Los activos del inbound marketing.
- Introducción a la complejidad de la metodología:
 - o Atracción de tráfico.
 - o Conversión.
 - o Educación / automatización del marketing.
 - o Fidelización.
- El diseño del buyer persona y la temática de un canal de captación inbound.
- El diseño de un calendario editorial y keywords SEO que intervienen.
- El diseño del customer journey orientado al buyer persona.
- El scoring y el nurturing de leads.
- Principales indicadores de seguimiento del inbound.

9

Comercio electrónico

Cómo vender tus productos/servicios a través de Internet.

OBJETIVO

Englobar el concepto de tienda online en su conjunto: formas de pago a implantar, las soluciones tecnológicas disponibles, el contacto con proveedores y clientes o la integración con la llamada fan page.

CONTENIDOS

- Modelos del comercio electrónico.
- ¿Necesito comprar más a mis proveedores para abrir este nuevo canal?
- Cómo gestiono el stock.
- Cómo integro el inventario de ventas en tienda presencial y online.
- Cómo presento el producto (fotos, producción, catálogo...).
- Qué soluciones tecnológicas para PYMES hay en el mercado.
- ¿Debo cobrar el envío?
- ¿Qué pasa con las devoluciones? (logística inversa).
- La atención al cliente: ¿debo tener un teléfono específico o el mismo del presencial?
- ¿Qué soluciones logísticas hay para PYMES/E-COMMERCE?
- ¿Qué soluciones de call center hay para pymes si es que quisiera externalizar el servicio?
- ¿Qué forma de pago implantar?
- ¿Es mejor una web que mi fan page?
- Cómo se integra mi tienda con la fan page.
- ¿Para qué la web y para qué una fan page?
- Digitalización del punto de venta físico.





10 CRM

Cómo hacer e-mailing eficaz.

OBJETIVO

Desarrollar la creación y gestión eficaz de campañas de e-mail marketing y de los sistemas de gestión comercial e-CRM.

CONTENIDOS

- Papel del CRM en la estrategia de negocio de la empresa.
- Diferenciación CRM-Marketing relacional.
- Conceptos fundamentales, tipos y aplicaciones del CRM.
- Programa de CRM: estrategia CRM, implantación tecnológica, gestión del cambio, medición y análisis de resultados.
- Evaluación de la situación de partida CRM.
- Benchmark capacidades CRM.
- Assessment y estrategia CRM.
- Social CRM, gestión del cliente más allá de los soportes de contacto propios.
- Segmentación en tiempo real.

11 Gestión alianza claves

Cómo gestionar alianzas clave en los servicios de marketing a proveedores.

OBJETIVO

Conocer qué necesito realmente, quién me lo provee, cómo lo gestiono y qué mido para garantizar el éxito de mi cadena de valor digital.

CONTENIDOS

- Contexto y alcance.
- El plan de ejecución.
- La organización interna y externa en la ejecución de un plan.
- Proceso de selección de proveedores.
- Tipos de relación con los proveedores.
- Migración de proveedores.
- Modelos win-win.
- Desarrollo de un caso práctico.



Claustro

Para poner en marcha un proyecto real hacen falta profesionales que vengan del mundo real. Y de ahí es donde vienen los profesores que se encargarán de enseñarte los fundamentos de la Economía Digital.

Starbucks, Coca-Cola, Disney, Apple... son claros casos de éxito en el mundo digital. Y en el otro. Pero no dejan de ser gigantes que para la mayoría de las empresas y sectores nos quedan bastante lejos.

Las grandes marcas y los profesionales que trabajan en ellas están presentes en nuestro claustro de profesores, pero también están los otros, **profesores que desarrollan su día a día en PYMES** que han saltado al mundo de Internet de su mano, que las han hecho crecer hasta el punto de que algunas ya han dejado de ser PYMES y otras se han convertido en líderes en sus respectivos sectores. Porque ese es otro de los valores de nuestro equipo, que va más allá del gran consumo y se mueven como pez en el agua en sectores como la industria.

Ellos conocen a la perfección el entorno de Internet, las técnicas y herramientas de comercio electrónico, el marketing a través de email, cómo debe desenvolverse una empresa en redes sociales... además de tener claro que **la gran ventaja de Internet es que caben todo tipo de empresas, de la más grande a la más pequeña**, que ya no es una cuestión de tamaño sino de estrategia, que vale tanto para vender a todo el mundo y de un extremo a otro del globo como para montar una estrategia hipersegmentada en espacio y clientes.





**Enrique
Benayas**

Técnico del Programa e-DIR
Director General de ICEMD,
El Instituto de Economía
Digital de ESIC



**Jorge Lucio
Sánchez**

Director del Programa PTD
Cofundador y Director
de Operaciones de la
Metodología i-3



**Concha
Santiago**

Directora de
Servicios al Cliente,
OGILVY



**José Luis
Ferrero**

Marketing Communications
& Digital, Senior Manager
Philips Lighting España



**Manuel
Balsera**

VP Sales & Marketing
AMC Networks and
Founder-CEO Start
Digital Media, iTRAIN,
iMENTOR, P1P



**Sergio
Ortiz**

Director de
Desarrollo y Alianzas
Opinno



**Santiago
Hermosa**

Director General,
Doble O

Profesionales que como tú hoy son 100% profesionales

Una empresa vale lo que valen sus clientes.

Como en cualquier sector si el cliente/jefe/alumno está satisfecho además de volver, recomienda. Más de 2.500 alumnos al año en todos nuestros programas darían para llenar páginas y páginas de testimoniales, pero aquí hemos preferido traerte los de algunos de los **profesionales que han pasado por el programa 100% PYME ONLINE.**

Profesionales que vieron la oportunidad de sumarse al programa, PYMES y que encontraron en ICEMD ese socio que era consciente de la importancia de optimizar recursos y que ponía toda su experiencia y conocimiento para elaborar un Plan de Digitalización Integral a su medida, ponerlo en marcha y capacitarles para su desarrollo.





"El mundo digital era un sector conocido pero poco a nivel profesional. Desde Grupo Almida éramos conscientes de que había que hacer un cambio para estar en el mercado y sobre todo para atender al usuario de una manera más directa. Gracias a esta formación hemos diseñado un programa específico para nuestra empresa y a día de hoy seguimos colaborando con los profesores trabajando en él para mejorarlo."

Ángel Luis González,
Director Gerente del Grupo Almida.



Visualiza el testimonial competo en nuestro canal YouTube



"El Programa me abrió los ojos a otro mundo que está ahí, pero que realmente no conocía. Nos dieron clase expertos de muchas empresas que me hicieron darme cuenta de lo retrasados que estábamos en mi compañía. Actualmente en Caja Rural estamos inmersos en un proceso 100% de digitalización que ya está finalizado. Y mi proyecto final del programa, MyRural es ya una realidad. Una cuenta online al completo dirigida al público joven que está dando muy buenos resultados y todo ello gracias a los conocimientos adquiridos en el programa."

Javier de Vicente,
Jefe de Marketing en Caja Rural Castilla-La Mancha.



Visualiza el testimonial competo en nuestro canal YouTube



"Inicié el programa siendo un neandertal digital con unos conocimientos del medio muy reducidos y ahora estoy desarrollando un negocio online. Dejé mi posición como director comercial en un negocio offline para emprender una aventura digital 100% tras ver las oportunidades que brinda el mundo digital. El desarrollo que supone este programa de ICEMD es enorme."

Apolo Montero,
Presidente ADD.



Visualiza el testimonial competo en nuestro canal YouTube

i·3: Metodología de Gestión Digital y prestación de servicios de Transformación Digital

- i·3 comprende que cualquier **Transformación Digital** consiste en pasar de gestionar y operar su modelo de negocio tradicional a complementarlo con el digital.
- Esto implica la necesidad de poner foco en **cuatro elementos de gestión**:



Procesos de negocio

Orientar los cambios a nuevos procesos aprovechando el cambio para eficientar la gestión.



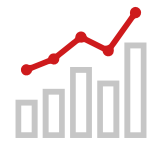
Organización

Una organización con cultura y motivación digital para garantizar la empleabilidad y la productividad.



Digitalización

Industrialización de los procesos con las nuevas tecnologías para involucrar al cliente en procesos de negocio.



Data y Análisis

Gestión para generar información de análisis para garantizar la sostenibilidad del Ecosistema.

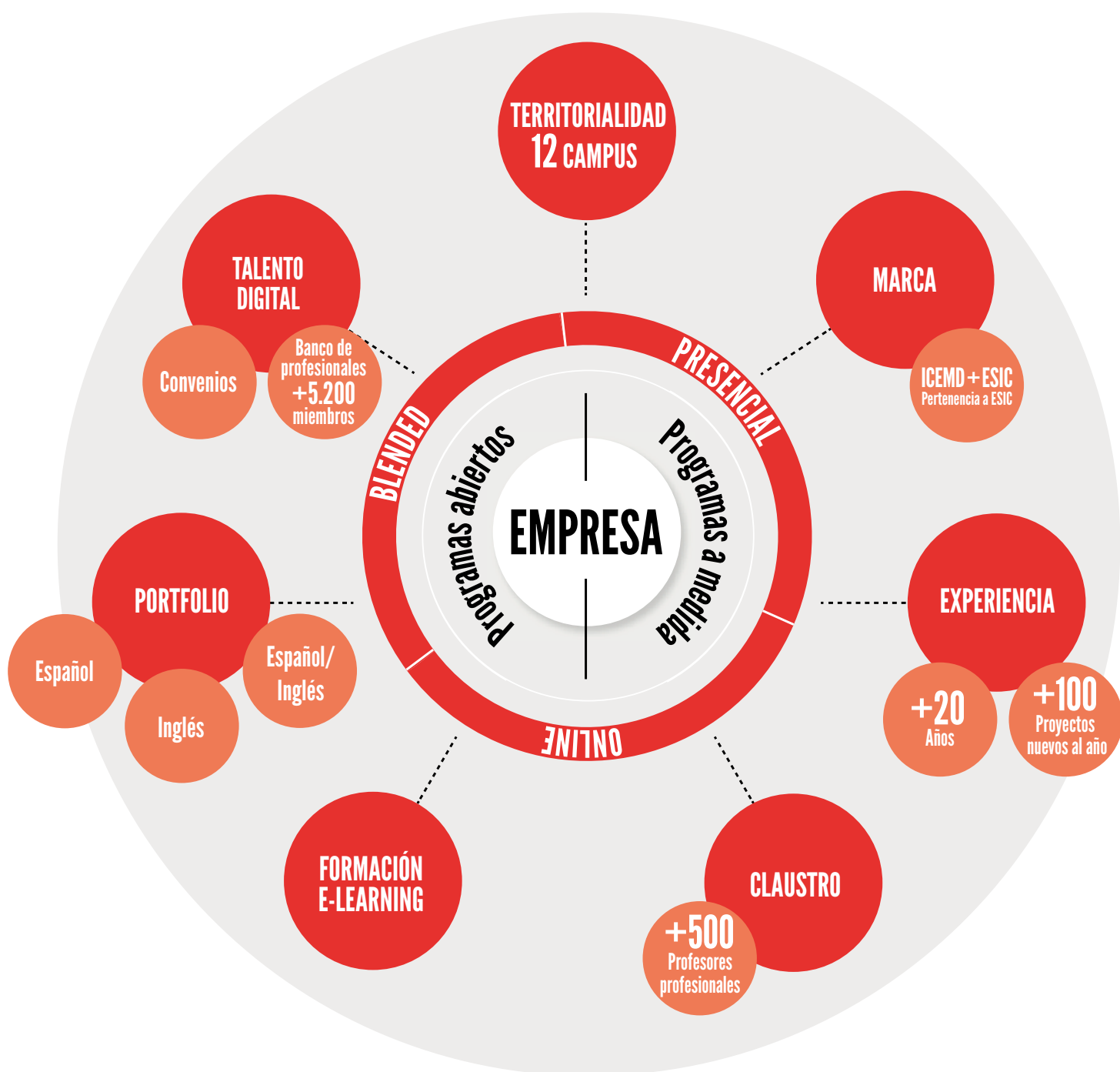
- Dado la complejidad que puede implicar el cambio de la gestión tradicional a la gestión conjunta, es importante que se realice cualquier nuevo modelo de gestión con una metodología y con foco en resultados que garanticen el éxito de la Transformación Digital, es aquí donde i·3 tiene su propuesta de valor.

i·3: Iniciar la Transformación Digital Inteligente para crear inercia de cambio en las organizaciones

- La metodología i·3 se basa en poner foco en **diagnosticar el posicionamiento** real de cada uno de los ejes de gestión digital.
- Presentar un proyecto basado en Ciclos de Transformación Digital que permitan garantizar el retorno de la compañía y la **sostenibilidad del proyecto**.
- El objetivo de la metodología es conseguir **que la propia organización termine desarrollando** en el futuro **sus propios ciclos de Transformación Digital** una vez se implanten los primeros proyectos.

Ecosistema ICEMD Empresas

Ofrecemos **programas presenciales, online y blended** en versión "in company". Una oferta formativa adaptada a los objetivos, colectivos y horarios de cada empresa, para preparar equipos más competitivos, conectar mejor con el cliente y afrontar los nuevos retos de la Economía Digital.



MADRID
902 918 912
admisiones@icemd.com

BARCELONA
93 414 44 44
info.barcelona@esic.edu

VALENCIA
96 339 02 31
info.valencia@esic.edu

SEVILLA
95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA
976 35 07 14
info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA
95 202 03 69
info.malaga@esic.edu

PAMPLONA
94 829 01 55
info.pamplona@esic.edu

BILBAO
94 470 24 86
formacion@camarabilbao.com

GRANADA
958 22 29 14
master@esgerencia.com

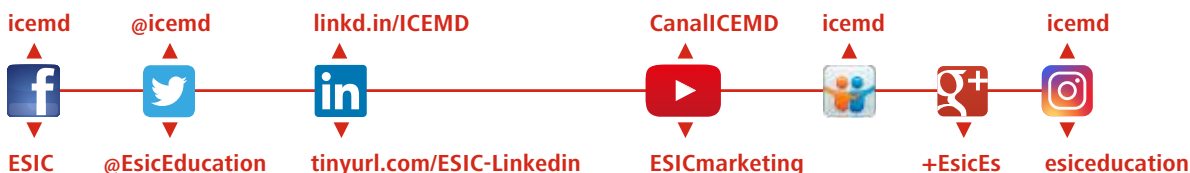
GALICIA
IESIDE-VIGO
986 493 252
vigo@ieside.edu

GALICIA
IESIDE-A CORUÑA
981 185 035
coruna@ieside.edu

CURITIBA
0800 41 3742
esic@esic.br

BRUSQUE
0800 41 3742
esic@esic.br

RTD
PYMES



www.esic.edu
www.icemd.com




**REGÍSTRATE
EN ICEMD**



Edición 2. 1/2018

ICEMD
INSTITUTO ECONOMÍA
DIGITAL | **ESIC**

ESIC
BUSINESS & MARKETING SCHOOL

-  Condiciones y promociones especiales en programas de formación.
-  Lifelong learning & Networking.
 - + 100 eventos al año.
 - + 150 expertos líderes de la Economía Digital.
 - + 5.800 asistentes al año.
-  Acceso a más de 200 artículos, entrevistas, casos...