

Servicio de Asesoramiento en Ventas Digitales

Objetivo: Prestación de un servicio de asesoramiento centrado en establecer la inversión necesaria y las técnicas de marketing digital, incluyendo el aprovechamiento de tecnologías de inteligencia artificial, para mejorar el rendimiento de ventas en línea de la empresa, y realización de un caso de uso adaptado al negocio en el área de ventas digitales.

Tipología de asesoramiento: Básico.

Importe de la ayuda:

Segmento A 10 < 50 empleados – Euros	Segmento B 50 < 100 empleados – Euros	Segmento C 100 < 250 empleados – Euros
6.000	6.000	6.000

Actividades:

– Analizar la situación actual de la empresa en ventas digitales, posicionamiento en RRSS y presencia en internet.

Concienciar a los empleados sobre la importancia y las técnicas de venta online y marketing digital.

– Definición de una estrategia de ventas online y presencia digital (RRSS, posicionamiento en motores de búsqueda, Google Analytics, etc.) a medio y largo plazo, utilizando modelos predictivos basados en IA.

– Desarrollo y ejecución de un caso de uso adaptado al negocio utilizando las técnicas apropiadas de inteligencia artificial, en el área de ventas digitales.

– Identificación de oportunidades o posibles usos de la IA en el ámbito de las ventas digitales.

Documentación técnica y resultados requeridos para la justificación, conforme al artículo 31.6.a) de esta Orden:

– Evidencias de la celebración de la reunión presencial de inicio de la prestación del servicio de asesoramiento, que se determinarán en cada convocatoria.

– Evidencias de celebraciones de reuniones intermedias, que se determinarán en cada convocatoria.

– Evidencias de la celebración de la reunión presencial final tras la prestación del servicio de asesoramiento, que incluya los resultados obtenidos y la conformidad del beneficiario al servicio prestado, que se determinarán en cada convocatoria.

– Diagnóstico inicial:

- Diagnóstico inicial de la situación de la empresa beneficiaria en el área de ventas online y la presencia digital de la misma.

- Análisis integral de ventas online y presencia digital, incluyendo:

- Análisis de plataformas de e-commerce.

- Desempeño en redes sociales.

- Visibilidad en buscadores.
- Resultados:
 - Identificación de áreas de mejora en la estrategia de ventas y marketing digital de la empresa, mediante análisis comparativos con competidores relevantes y tendencias del mercado.
 - Recomendaciones estratégicas en marketing digital, abarcando aspectos como:
 - SEO (Optimización de Motores de Búsqueda).
 - SEM (Marketing en Motores de Búsqueda).
 - Gestión de redes sociales.
 - Marketing de contenidos.
 - Email marketing.
 - Estrategias de publicidad digital.
 - Uso de la inteligencia artificial.
 - Guía especializada para el seguimiento y análisis efectivo de datos a través de herramientas como Google Analytics, con el fin de:
 - Medir el rendimiento de las campañas.
 - Identificar áreas de mejora.
 - Tomar decisiones basadas en datos.
- Caso de uso: Análisis de los canales específicos utilizados por la pyme y conocimiento digital del negocio actual junto con propuesta de nuevos canales y ventajas en cuanto al incremento de facturación que supondría en su negocio.
 - Análisis de los canales digitales actualmente utilizados por la empresa, como su sitio web, redes sociales, marketplace, etc.
 - Propuesta e investigación de nuevos canales de ventas digitales que puedan ser adecuados para la empresa (implementación de una tienda digital, participación en plataformas de comercio electrónico adicionales, marketing por correo electrónico, etc.).
 - Análisis de un plan detallado para la implementación de los nuevos canales de ventas digitales, incluyendo la asignación de recursos, la definición de objetivos y métricas de éxito, y la capacitación del personal.