

CÓMO VENDER SERVICIOS Y COMPONENTES TÉCNICOS A TRAVÉS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

[INSCRÍBETE AQUÍ](#)

FECHAS Y HORARIO	Jueves, 23 de octubre. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Hotel Arima (Sala Magnolia), Paseo de Miramón 162, Donostia, Gipuzkoa. Parque Científico y Tecnológico de Gipuzkoa.
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30.
DIRIGIDO A	Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores. • Empresas industriales que deseen mejorar su canal de ventas digital para servicios, repuestos o consumibles. • Responsables de <i>Marketing</i>, responsables comerciales, responsables de Postventa y Dirección General. * Máximo dos personas por empresa.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Taller práctico con enfoque comercial y técnico para:

- Comprender los factores clave para vender a través del comercio electrónico.
- Analizar las ventajas y los inconvenientes y evaluar diferentes maneras de empezar con un concepto de Producto Mínimo Viable (MVP).
- Aprender a estructurar y lanzar una estrategia de comercio electrónico efectiva para la venta de repuestos, consumibles, accesorios o servicios, mejorando la recurrencia, reduciendo la fricción en el proceso comercial y aumentando la rentabilidad postventa.



CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

1. ¿Por qué vender repuestos y servicios online?

- Cambios en los hábitos de compra B2B: urgencia, autoservicio y disponibilidad 24/7.
- Qué tipo de productos y servicios se adaptan bien al canal ecommerce.
- Ventajas estratégicas: fidelización, recurrencia, eficiencia comercial y datos de cliente.
- Obstáculos comunes: internos, tecnológicos y culturales.

2. Cómo decidir qué vender y qué no

- Análisis de la cartera de productos.
- Cómo se compran los productos.
- Qué procesos de compra son recurrentes y autónomos.
- Cómo estructurar los productos/ servicios para la compra online.

3. Preparar el catálogo digital de repuestos y servicios

- Cómo estructurar un catálogo online.
- Fichas de producto: qué información es crítica.
- Precios, descuentos y condiciones en entornos B2B.
- Servicios digitalizables: mantenimientos, asistencia, formación, garantías ampliadas.

4. Algunos ejemplos

Análisis de ejemplos reales.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



ITZIAR CENOZ

**Directora ejecutiva en ICY|
Marketing & Communication
as a Service**

Consultora experta en *Marketing*, Comunicación y Negocio Digital en entornos B2B e industriales. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto. Máster en Marketing Internacional, máster en *Digital Business* (ESIC) y *Executive Coach* por la Escuela Europea de *Coaching*. Once años en Irizar Soc. Coop. con diversos puestos de responsabilidad en funciones de *Marketing* y Ventas. 16 años en centro tecnológico Tekniker como directora de *Marketing & Digital Business*. Fundadora y directora ejecutiva de *itziarcenoz.com* y profesora colaboradora de *Marketing*, Comunicación y *Digital Business* en la UPF (Universitat Pompeu Fabra) Barcelona School of Management.