



Códigos QR como estrategia de ventas

01 Presentación

Estimado aprendiz, con el siguiente video conocerá un poco lo que ofrecerá con este programa de formación y su importancia en la sociedad. Veámoslo:

Información del programa

Click para ver el video



| | | | | | | | |
|--|----------|---|----|--|-------|---|---------|
|  Código | 12410001 |  horas | 48 |  Duración | 1 Mes |  Modalidad | Virtual |
|--|----------|---|----|--|-------|---|---------|

02 Justificación del programa

La Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas (ACIS) (2020) avalada por la superintendencia financiera define Los códigos QR son la nueva alternativa para todos los comercios, ya sean grandes cadenas, de Retail, aplicaciones de movilidad, pasarelas de pagos, agregadores y hasta tiendas de barrio y negocios unipersonales e independientes, que buscan aumentar sus ventas a través de diversificación de los canales de venta, puesto que no solo esta tecnología estará disponible en los puntos de venta, sino también funcionará de forma portable para domicilios, eventos, campañas y para sus canales a través de internet y/o redes sociales según la necesidad y preferencia del comercio.

La actual coyuntura ha provocado que las marcas y especialmente el sector comercio reconozcan que los códigos QR pueden ser muy eficaz para potenciar las transacciones, puesto que los consumidores acceden con inmediatez a información adicional sobre los productos en lo que han puesto la mirada, siendo un aliado con el usuario en la decisión de compra.

Con la adopción generalizada de teléfonos inteligentes y aplicaciones, han proliferado las estrategias de marketing basadas en la interacción con estos códigos impresos, demostrando que estos tienen potencial para enriquecer la experiencia del producto y ofrecer valor real a los clientes.

Por tanto, este programa tiene como objetivo presentar la mayor fortaleza de los QR para la estrategia de venta así como la capacidad de integración de canales logrando omnicanalidad dentro del punto de venta. En este sentido, las estrategias de marketing basadas en la interacción con estos códigos pueden enriquecer la experiencia del consumidor en el punto de venta.

03 Competencias a desarrollar

- Impulsar productos de acuerdo con el plan promocional y protocolos de campaña.

04 Perfil de ingreso

- Carta de presentación de la solicitud.
- Cumplir con el trámite definido por el centro de formación.

05 Estrategia metodológica

Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación por competencias, el aprendizaje y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.

- Simulación.
- Trabajo colaborativo.
- Dinámica de grupos.
- Técnicas participativas.
- Trabajo de campo.

Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje, que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:

- El instructor – Tutor.
- El entorno.
- Las TIC.
- Trabajo Colaborativo.