



# WIN.EBS

THE WINE BUSINESS  
SCHOOL

## El Digital Business aplicado al sector vinícola

El futuro de su empresa se decidirá  
en el mundo digital

# El Digital Business aplicado al sector vinícola

El futuro de su empresa se decidirá en el mundo digital



Impartición a cargo de docentes de



Área de conocimiento

Comercial y Marketing

## Presentación

El mundo del marketing está cambiando aceleradamente. La combinación es explosiva; por un lado tenemos la “generación digital” que espera relacionarse con las marcas y empresas a través de la tecnología, especialmente a través de los smartphones, y por otra parte crece cada día el número de aceleradores tecnológicos, así como su impacto en las decisiones de compra y consumo: redes sociales, APPS, geolocalización, gamificación, big data,... Si a estos factores sumamos la creciente fortaleza de Barcelona como polo de atracción de un turismo internacional y nacional que busca ocio, ciudad, gastronomía,... significa una excelente oportunidad para conectar los activos únicos de la D.O Penedès con esta potencial clientela.

El ámbito digital ha hecho aparecer nuevos modelos de negocio y ha puesto de manifiesto nuevos paradigmas en la relación entre clientes y mercados. Se generan nuevos circuitos y dinámicas que hacen que los gestores de marcas y empresas tengan que aprender a utilizar la red; ya sea para gestionar su reputación, para entender el posicionamiento, o bien para escuchar los mercados y conocer sus necesidades y expectativas.

Con una metodología eminentemente práctica, el curso de Digital Business aplicado al sector vinícola es la mejor opción para afianzar el camino de la digitalización de su empresa.

## Objetivos y competencias a desarrollar

El objetivo del programa es dotar de los conocimientos y capacidades para que el participante pueda desarrollar un Plan de desarrollo Digital para su empresa y/o negocio:

Conocer las características de la generación digital así como los retos para conectar con ellos/ellas.

Conocer el ecosistema tecnológico facilitador de la gestión digital, así como diseñar el mix adecuado para un proyecto específico.

Aprender las bases para poder crear los activos digitales necesarios para vender a través de Internet, e-commerce, página web, plataforma e-commerce, creación de contenidos, newsletters...

Conocer las claves de los modelos de negocio digital.

Ser capaces de aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías a su empresa.

Conocer cómo crear un Plan de Marketing Digital para captar y fidelizar clientes.

## Programa

10 horas

**La generación digital.**

25 horas

**Herramientas y estrategias para crear los “activos digitales”.**

15 horas

**E-commerce.**

10 horas

**El plan de marketing digital.**

### DISEÑO Y DESARROLLO DE UN PROYECTO DIGITAL PROPIO

#### Dirigido a

Propietarios, gerentes, responsables de marketing y ventas, comunicación, community managers, etc de empresas familiares y/o PYMES/Micro-PYMES del sector vinícola que hayan iniciado o quieran iniciar el proceso de

digitalización de sus acciones de marketing y ventas, ya sea por replanteamiento de su presencia en la red o para diseñar y poner en marcha estrategias de e-commerce. También profesionales del sector que quieran extender su conocimiento en el canal digital aplicado al sector vinícola.

#### Metodología

El curso se desarrolla en base a una formación integral, englobando tanto conocimientos conceptuales como técnicos y prácticos. Impartida por profesores expertos digitales en activo. Metodología basada en la práctica, con casos reales de éxito en el sector vinícola.





# Plan de Estudios

60 horas

Área y fechas

Contenidos específicos

## La generación digital.

10 horas

5 de mayo de 2015

Profesor: Albert Rof Bertrams

- Características de la generación digital y los retos de cómo conectar con ellos/ellas.
- La gamificación como estrategia para conectar con la generación digital.
- La generación digital y su relación con el mundo del vino y enoturismo.
- **Caso práctico 1: “Endevino”**, proyecto emprendedor por parte de estudiantes del UDG MBA (edición 29ª), basado en desarrollar una estrategia de gamificación para conectar el mundo del vino con la generación digital. Nota: el proyecto todavía no está lanzado.
- **Caso práctico 2: “UrbanSecrets.net”**, proyecto relacionado con el mundo gastronómico y que obtuvo un importante éxito en la comercialización de “champagne” a través de e-commerce.
- **Caso práctico 3: “https://winelibrary.com”** y <http://tv.winelibrary.com/>, proyectos del emprendedor Gary Vaynerchuck que representan un caso de éxito de transformación de un negocio del mundo del vino tradicional a digital.

## Herramientas y Estrategias para crear los “activos digitales”.

25 horas

7, 19, 21, 26 de mayo

y 2, 9 de junio de 2015

Profesores: Jordi Camós Tremosa

Santiago Román Ferro

- ¿Cómo crear mi web / APP?
- Analítica Web y Métricas online.
- Search Engine Optimization (SEO).
- Inbound marketing: generar y cualificar leads en marketing digital. Ej.: vídeos, eBooks, posts...
- E-mail marketing y Affiliate Marketing.
- Display Advertising y Rich Media.
- Social media: la integración de las Redes Sociales en nuestro plan de medios digital. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram,...
- Mobile & Proximity Marketing.
- Internet TV y Televisión Interactiva.
- e-CRM: gestión de la relación clientes.
- Producto, distribución, comunicación y precios en un entorno digital.
- Trabajo práctico sobre los propios entornos web de las empresas de los propios participantes

## E-commerce.

15 horas

11, 16, 18 y 30 de junio de 2015

Profesores: Jaime Jiménez Lorca

- Diseño de productos digitales: venta por Internet de productos (vino), experiencias (enoturismo)...
- Crear un Plan Estratégico de Comercio Electrónico.
- La estructura tecnológica en e-commerce.
- Las claves para la construcción de una website de éxito en comercio electrónico.
- Cómo lograr e incrementar las ventas de clientes en Comercio Electrónico.
- Medios de pago online.
- Cómo gestionar la logística y la atención al cliente en el comercio electrónico.
- El e-commerce como oportunidad de Internacionalización.
- La involucración e integración de la organización comercial y los puntos de venta en el e-commerce.
- Análisis financiero de los modelos de negocio de comercio electrónico
- Trabajo práctico sobre la creación del Plan Estratégico de Comercio electrónico de las empresas de los propios participantes.

## El Plan de Marketing Digital.

10 horas

30 de junio y 02 de julio de 2015

Profesores: Albert Rof Bertrams

- La propuesta de valor: bodega, territorio y producto.
- Estructura del Plan de Marketing Digital: issues, objetivos, estrategias, acciones, presupuesto y cuenta de explotación.
- Plan de Marketing para crear un servicio de enoturismo: antes, durante y después de la visita.
- Plan de Marketing para crear un e-commerce: antes, durante y después de la visita.
- Plan de Marketing para captar y fidelizar restaurantes a través de una Intranet.
- Trabajo práctico sobre la creación del Plan de Marketing Digital de las empresas de los propios asistentes.

# Profesorado



Director académico

**Albert Rof Bertrams**

Profesor colaborador de ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL



Coordinación académica

**Albert Iglesias Fdez.**

Profesor y tutor en ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la UAB Universitat Autònoma de Barcelona. Diplomado en Marketing por Barcelona Activa, MBA por la UdG Universitat de Girona y Small Business Management Program por la Berkley, University of California. Más de 25 años trabajando para empresas líderes en el sector de gran consumo tales como Bimbo, Nutrexpa, Kellogg's y Chupa Chups y en el área de las nuevas tecnologías e Internet como Tiscali, World Online y Telepolis (Grupo Eresmas). En el 2003 se lanzó a fundar sus propios proyectos, siendo co-fundador de VozTelecom, Habitat24, Pisos.com, Management.cat. En la actualidad compagina su actividad en Management.cat con su gran pasión, la docencia, y un nuevo y ambicioso reto profesional: Miximoms, la Red Social de Madres.

Licenciado en Dirección y Administración de empresas por la Universitat de Barcelona y MBA por EADA. Profesor y tutor en ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL en los programas GESCO MASTER EN MARKETING y EMBA. Director de BeSingular Comercial SL. Experto en Externalización de Direcciones y Equipos Comerciales para empresas PYMES con negocios Business to Business.



**Santiago Román Ferro**

Profesor colaborador de ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Formado en la IESE Business School - University of Navarra. MBA del IESE y Dirección de Empresas Bachelor. Senior Manager con 15 años de experiencia en multinacionales y pymes en varios negocios. Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Barcelona y MBA por el IESE. Fundador del portal de comercio electrónico pezvolador.com y director de etoole, gonefishing, pezvolador.com. Especialista en Estrategia Digital, Marketing Digital y gestión de proyectos digitales.



**Jordi Camós Tremosa**

Profesor colaborador de ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Actualmente es Consultor en RocaSalvatella, donde trabaja colaborando en la planificación y estrategia para las marcas dentro en la red. Autodidacta en el mundo off y online, apasionado del mundo digital, explorador de los entornos sociales y colaborativos de la red, buscador de tendencias y de nuevas ideas en el uso de la misma, con una clara orientación en ayudar a las marcas a entender las posibilidades de estos entornos en su relación con los clientes. Especialista en formación en los entornos digitales



**Jaime Jiménez Lorca**

Profesor colaborador de ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Ingeniero superior de informática por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Analista-Programador y coordinador en el departamento de proyectos web de la empresa Entorno Digital, registrador acreditado de dominios por ICANN, servicios de hosting, servidores dedicados, servidores virtuales, programación y diseño web, marketing online y SEO. Programación PHP, HTML, CSS, AJAX, jQuery, APP, MySQL, ORACLE, SAP, JAVA. Profesor adjunto impartiendo la asignatura de Modelos de Negocio de la Empresa de Servicios del nuevo grado de Informática y Servicios a las Escuelas Universitarias Gimbernat en Sant Cugat. Profesor adjunto impartiendo el Módulo de Soluciones Web del Máster de Diseño de Aplicaciones Multimedia en las Escuelas Universitarias Gimbernat en Sant Cugat.

Martes 5 de mayo de 2015  
Horario de 10 a 14h y de 15.30 a 19.30h

Días 7, 19, 21, 26, 28 de mayo, 2, 9, 11, 16, 18, 30 de junio y 2 de julio de 2015  
Horario martes y jueves de 16.30 a 20.30h

# El Digital Business aplicado al sector vinícola

El futuro de su empresa se decidirá en el mundo digital



**WINEBS**  
THE WINE  
BUSINESS  
SCHOOL

Lugar

Wine Business School

Sede Central

Calle Amàlia Soler, 29 - 08720 Vilafranca del Penedés

Formato

Presencial. 60 horas lectivas.

Actividades complementarias incluidas

El programa incluye la presentación de casos de éxito y mesas redondas.

Requisitos de acceso

Entrevista previa por parte de la dirección académica en el momento de la inscripción.

Titulación

Todos los participantes recibirán un diploma acreditativo del correcto seguimiento del curso, conforme a una asistencia garantizada al 85% de las sesiones.

*Networking*

Los participantes del programa podrán acceder al Wine School Club de forma gratuita el primer año. El club ofrece la posibilidad a todos sus miembros de mantener el contacto profesional más allá de la formación y favorecer el intercambio y la generación de iniciativas de negocio dentro de su colectivo.

Precio 1.600 euros

Información [info@thewinebs.com](mailto:info@thewinebs.com)

T 931 694 102 | 628 264 521

[www.thewinebs.com](http://www.thewinebs.com)