

Cómo Captar Clientes En La Red

Código del curso: PD254

Horas: 50

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD254

Unidad 1: La evolución del marketing online.

Una visión histórica. Del Telemarketing al Marketing online.

Concepto y aplicaciones del Telemarketing.

Telemarketing vs Marketing online. Ventajas y desventajas de su uso para las empresas.

Perfil del profesional del Marketing

Unidad 2: La comunicación en la red.

Las formas de comunicación actual.

La importancia de la comunicación escrita

La comunicación con el cliente en Facebook

La comunicación en Twitter al servicio de una marca.

La comunicación con el cliente en Pinterest.

Youtube como canal de comunicación en video.

Las redes profesionales.

Unidad 3: La atención al cliente en la red.

Gestión de clientes en la red.

Canales de atención al cliente en la red.

Herramientas de apoyo para la gestión de clientes en la red.

Unidad 4: La captación de clientes 2.0

Marketing 2.0

Nuevos recursos para el Marketing.

Fidelización de clientes.

Branding.

Marketing viral.

Hacia el Marketing 3.0

¿Qué aprenderás?

Conocer los nuevos recursos y herramientas que ponen a nuestra disposición los medios sociales y la web 2.0 para captar clientes en la red.

Conocer la evolución del Telemarketing hasta el momento actual con su vinculación con el Marketing online.

Comprender qué es lo que hoy entendemos por Telemarketing, así como sus aplicaciones, ventajas y desventajas.

Analizar las diferencias fundamentales y similitudes entre el Telemarketing y el Marketing online para conocer su conveniencia de aplicación en la empresa actual.

Definir las competencias, habilidades y conocimientos que marcan el perfil del buen profesional del Marketing 2.0.

Aprender a practicar la escucha activa y dialogar con los usuarios en el espacio 2.0 que constituyen las redes sociales.

Ser capaces de potenciar la presencia de una marca en la red a través de la adecuada planificación de la comunicación en una página de empresa en la red social que mejor sirva a sus intereses.

Adquirir los conocimientos básicos para realizar una adecuada práctica de comunicación en las redes sociales para su utilización como herramienta profesional.

Conocer y manejar las diferentes redes sociales para lograr una comunicación eficaz con nuestros clientes.

Conocer las nuevas herramientas y procesos que nos propone el entorno 2.0 para su utilización en las estrategias de Marketing 2.0 para la captación de clientes en la red.

Ser capaces de gestionar los medios y canales apropiados para garantizar la atención de los clientes en la red.

Aprender a manejar los diferentes canales de atención al cliente en la red.

Manejar de forma eficiente las herramientas de apoyo para la gestión del cliente en la red.

Conocer las diferentes técnicas y procesos que se manejan para el desarrollo del marketing en la red.

Ser capaces de articular y comprender la importancia de la fidelización de clientes.

Conocer los nuevos recursos que nos ofrece el marketing digital.

Ser capaces de enumerar los cuatro pilares básicos del marketing social.

Conocer las diferentes estrategias de marketing que pueden ser utilizadas en las redes sociales para lograr los objetivos de la empresa en cuanto a la captación de clientes en la red.

Entender la evolución del marketing, desde el marketing 1.0 al marketing 3.0.