

MARKETING-MIX BASICO EN INTERNET Y GESTION ONLINE DE CLIENTES

Inicio 01/03/18 **Fin** 26/10/18 **Horas** 30 **Días /Horario** Se recomienda conexión de 1 h/día

Lugar ONLINE

Precio **100% Subvencionado**

Objetivos Ser capaz de identificar y emplear las principales estrategias y tácticas que permitan promocionar y vender mejor los productos y servicios en internet. También plasmar éstas en un plan de mercadotecnia con los últimos recursos que se utilizan en emarketing.

Contenidos

1. DEL PRODUCTO AL CLIENTE
 - 1.1. Transformación de mercados, productos, medios, tecnologías.
 - 1.2. Las repercusiones para el marketing, producto, precio, distribución y comunicación.
 - 1.3. La personalización de las herramientas del marketing.
 - 1.4. Competir según el servicio y el valor añadido.
 - 1.5. Hacia una comunidad de clientes.
 - 1.6. Los protocolos y lenguajes de Internet.
 - 1.7. Perfil del usuario de Internet.
 - 1.8. Internet como medio de comunicación, sus usos y abusos.
2. COMERCIO ELECTRÓNICO
 - 2.1. Conocimiento del medio virtual.
 - 2.2. Actividades y actores del e-commerce.
 - 2.3. Instrumentos de comercio y seguridad.
3. MARKETING-MIX EN INTERNET
 - 3.1. Decisiones de producto, precio y comunicación en Internet.
 - 3.2. Marketing Directo.
 - 3.3. Distribución.
4. PUBLICIDAD ON-LINE
 - 4.1. Plan estratégico de comunicación y branding.
 - 4.2. Campañas, actuaciones y mensajes: distintos modelos.
 - 4.3. Gestión externa: instrumentos (agencias, adword).
 - 4.4. Recursos 2.0: blogs.
 - 4.5. Recursos 2.0: redes sociales.
 - 4.6. Recursos 2.0: portales colaborativos.
5. MEDIOS DE PAGO Y TRANSACCIONES SEGURAS
 - 5.1. Medios de pago no bancarios.
 - 5.2. Medios de pago bancarios tradicionales.
 - 5.3. Medios de pago bancarios específicamente desarrollados para los nuevos canales digitales interactivos.
 - 5.4. Evolución de los medios de pago.
6. GESTIÓN DE CLIENTES
 - 6.1. Gestión on-line de clientes: características específicas.
 - 6.2. Clasificación y tipologías.
 - 6.3. Software CRM.

Requisitos Trabajadores de empresas consideradas PYME y estar cotizando por Régimen general, autónomos o cooperativistas en el SECTOR de COMERCIO Y MARKETING o en cualquiera de sus SECTORES AFINES con son COMERCIO (Delegaciones comerciales del ente público empresarial Loterías y Apuestas del Estado; Promoción degustación, merchandising y distribución de muestras; Administraciones de Loterías), ESTACIONES DE SERVICIO, APARCAMIENTOS Y GARAJES, CONTAC CENTER, GRANDES ALMACENES Y SERVICIOS DE CAMPO PARA ACTIVIDADES DE REPOSICION.

Tendrán prioridad los empleados de empresas con menos de 10 trabajadores. En su defecto, podrán participar los pertenecientes a empresas consideradas PYME (hasta 99 trabajadores)

Más información No se podrá realizar más de 90 horas de formación por persona a excepción de las acciones dirigidas a la obtención de un Certificado de Profesionalidad o que el curso sea de una duración superior.

Hay plazas muy limitadas para trabajadores en situación de desempleo.