ATENCIÓN Y FIDELIZACION DE CLIENTES

SKU: EVOL-1434-VNO-A | **Categorías:** ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN, Gestión de la información y comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	50
Acreditado por Universidad	SI
Créditos ECTS	2

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Conocer el inbound marketing y las ventajas que ofrece.
- Adquirir conocimientos sobre el funcionamiento del inbound marketing.
- Identificar las fases del proceso de compra por las que pasa el comprador
- Saber en qué consiste el marketing de contenidos: tipos y beneficios.
- Conocer cómo funciona este marketing en las redes sociales así como las ventajas que aportan estas.
- Tener claro el concepto de fidelización así como las 3R y cómo conseguirla.
- Saber proporcionar un buen servicio post-venta online y las consecuencias de no hacerlo.
- Conocer herramientas de comunicación con el cliente y las ventajas que aporta cada una.
- Saber cómo hacer un contenido viral.
- Conocer el funcionamiento de SEO y SEM

Contenidos

UD1. Cómo atraer y hacer clientes
1. Introducción
1.1. Inbound Marketing. Concepto
1.2. Historia del Inbound Marketing
1.3. Pilares del Inbound Marketing
1.3.1. Atracción del tráfico de posibles clientes a nuestra web
1.3.2. La conversión
1.3.2. La conversión
1.3.4. Fidelización de clientes
1.3.5. Análisis para mejorar
1.4. Conclusión
1.5. Casos de éxito del inbound marketing
1.5.1 Caso en Reino Unido

1.5.2 La agencia española de marketing Increnta implementa el inbound marketing y triplica la generación de oportunidades de venta

UD2. Técnicas para atraer tráfico a nuestra web

Introducción
1. Marketing de contenido
1.1. SEO
1.2. SEM
1.3. Tipos de medios del marketing de contenidos
1.4 Beneficios del marketing de contenidos
2. Redes Sociales.
2.1 Clasificación de las redes sociales
2.2 Construyendo comunidad en las redes sociales.
2.3 El éxito cuantitativo de una campaña de social media
2.4 El rol de influencer en redes sociales.
2.5 Fidelización en redes sociales.

UD3. Fidelización de clientes

1. Introducción
2. Concepto de fidelización
2.1 Las 3R de la fidelización
3. Servicio post-venta
3.1. Cómo proporcionar un buen servicio
3.2 Consecuencias de un mal servicio post venta
4. Twitter, el perfecto canal de atención al cliente
5. Blog. Concepto
5.1 Características del blog
5.2 Anatomía de un blog
5.3 Tipos de blogs
6. Prescriptores de la marca
6.1. Marketing viral
6.2 ¿Cómo conseguir que un contenido se haga viral?
6.2.1 Ejemplos de campañas virales
7. Email marketing
8. SEO y SEM
8.1 SEO
8.2 SEM