

Gestión de clientes online y marketing mix

60 Horas

Objetivos:

Adquirirás los conocimientos necesarios sobre comercio electrónico y marketing en internet y determinar todos los elementos a tener en cuenta para gestionar de forma autónoma y responsable una empresa. Orientado a administrativos y técnico comerciales. Profundizarás en aspectos de base del marketing-mix.

Conocerás cuáles son las transacciones seguras y medios de pago con los que se puede pagar actualmente a través de internet y cuál es el papel que desarrolla el CRM en las empresas, y por qué se ha convertido en un sistema esencial para el buen funcionamiento de las mismas.

Contenidos:

Del producto al cliente

Transformación de mercados, productos, medios, tecnologías
Las repercusiones para el marketing, producto, precio, distribución y comunicación La personalización de las herramientas del marketing
Competir según el servicio y el valor añadido. Hacia una comunidad de clientes
Los protocolos y lenguajes de internet. Perfil del usuario de internet
Internet como medio de comunicación, sus usos y abusos

Comercio electrónico

Conocimiento del medio virtual. Actividades y actores del e-Commerce Instrumentos de comercio y seguridad

Marketing-mix en internet

Decisiones de producto, precio y comunicación en internet Marketing directo. Distribución

Publicidad online

Plan estratégico de comunicación y branding

Campañas, actuaciones y mensajes: distintos modelos Gestión externa: instrumentos (agencias, AdWords)

Recursos 2.0: blogs, 2.0, redes sociales, portales colaborativos

Medios de pago y transacciones seguras

Medios de pago no bancarios. Medios de pago bancarios tradicionales

Medios de pago bancarios específicamente desarrollados para los nuevos canales digitales interactivos. Evolución de los medios de pago

Gestión de clientes

Gestión online de clientes: características específicas Clasificación y tipologías. Software CRM