



CÓMO CAPTAR CLIENTES EN LA RED

SKU: PD254

Horas [55](#)

OBJETIVOS

Objetivo General

- 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.

Objetivos Específicos

- 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.

CONTENIDO

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