



Cómo captar clientes en la red

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Conocer los recursos y estrategias de marketing online para conseguir y atender clientes en Internet.

□ **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.

Contenidos

55 horas	Cómo captar clientes en la red
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: La evolución del marketing online. <ul style="list-style-type: none"> • 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 2.0.
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 2: La comunicación en la red. <ul style="list-style-type: none"> • Las formas de comunicación actual. • La importancia de la comunicación escrita. La comunicación en la red. • 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 vídeo. • Las redes profesionales.
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 3: La atención al cliente en la red. <ul style="list-style-type: none"> • 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.
10 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 4: La captación de clientes 2.0. <ul style="list-style-type: none"> • Marketing 2.0. • Nuevos recursos para el marketing. • Fidelización de clientes. • Identidad digital. • Marketing. • Hacia el marketing 3.0.
55 horas	4 unidades didácticas