

A close-up, slightly blurred photograph of a person's hand using a black computer mouse. The background is a light, out-of-focus office or home workspace. On the right side of the image, there is a vertical stack of seven white circles of varying sizes, with the largest one at the bottom, partially overlapping the mouse and the hand.

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

Cómo captar clientes en la red	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: La evolución al marketing online.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una visión histórica. Del telemarketing al marketing online. • Concepto y aplicaciones del telemarketing. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicaciones del telemarketing. ○ Aplicaciones del inbound en telemarketing. ○ Aplicaciones del outbound en telemarketing. • Telemarketing vs marketing online. Ventajas y desventajas de su uso para las empresas. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ventajas del telemarketing. ○ Desventajas del telemarketing. ○ Telemarketing y marketing online. • Perfil del profesional del marketing 2.0. <ul style="list-style-type: none"> ○ Definiciones del profesional del marketing 2.0. ○ El profesional del marketing y las relaciones con la marca. ○ Conocimientos del profesional del marketing. ○ Competencias y habilidades. ○ Características del profesional del Marketing. ○ Funciones del profesional del marketing 2.0. ○ Tareas del profesional de marketing 2.0. ○ Objetivos en la creación de la comunidad. ○ Creación de la comunidad. ○ Escucha activa. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	1 hora
Tiempo total de la unidad	15 horas
<p>Unidad 2: La comunicación en la red.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las formas de comunicación actual. <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de la comunicación en la web 2.0. • La importancia de la comunicación escrita. La comunicación en la red. <ul style="list-style-type: none"> ○ Normas de netiqueta I. ○ Normas de netiqueta II. • La comunicación con el cliente en Facebook. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ventajas para las marcas de la presencia en Facebook. ○ Reglas a seguir dentro de Facebook. ○ Escuchar en Facebook. 	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Gestionar los comentarios en Facebook. ○ Aceptar las críticas. ○ Conversar con los usuarios en Facebook. ○ Crear contenido de calidad. ○ Errores que debemos evitar en una página en Facebook. • La comunicación en Twitter al servicio de una marca. <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de Twitter para entablar comunicación. ○ Cómo puede mi marca usar Twitter. ○ Uso de hashtag en la comunicación en Twitter. • La comunicación con el cliente en Pinterest. • Youtube como canal de comunicación en vídeo. <ul style="list-style-type: none"> ○ Factores de éxito para vídeos en Youtube. • Las redes profesionales. <ul style="list-style-type: none"> ○ LinkedIn al servicio de tu empresa. ○ Aprovechar las funcionalidades de LinkedIn para nuestro negocio. ○ Aprovechar LinkedIn desde fuera. 	
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 02</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Actividad de Evaluación UA 02</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>15 horas</p>
<p>Unidad 3: La atención al cliente en la red.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de clientes en la red. • Canales de atención al cliente en la red. <ul style="list-style-type: none"> ○ Web de empresa. ○ Blog corporativo. ○ Ventajas de contar con un blog. ○ Redes Sociales. ○ Estrategias a seguir en las redes sociales. ○ Atención al cliente a través de las redes sociales. ○ Respuesta a las consultas o críticas. ○ Páginas de empresa en Facebook. ○ Tipos de publicaciones en Facebook. ○ Las preferencias de los usuarios. ○ Incitar a la acción en Facebook. ○ Lograr una mayor difusión. • Herramientas de apoyo para la gestión de clientes en la red. <ul style="list-style-type: none"> ○ Podcast. ○ Video online. ○ Widgets. ○ Widgets: Herramientas de Facebook. ○ Widgets: Herramientas para Twitter. ○ Otras herramientas. ○ Apps para LinkedIn. 	

Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	15 horas
<p>Unidad 4: La captación de clientes 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing 2.0. <ul style="list-style-type: none"> ○ Comunicar en un medio 2.0. ○ Marketing digital. ○ Estrategia de marketing. ○ Tipos de estrategias de marketing. ○ Otras estrategias de marketing. • Nuevos recursos para el marketing. • Fidelización de clientes. • Identidad digital. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ventajas y beneficios de la marca personal. ○ Branding. • Marketing. <ul style="list-style-type: none"> ○ Ideas básicas para que funcione el mensaje viral. • Hacia el marketing 3.0. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 04	1 hora
Tiempo total de la unidad	9 horas
Examen final	1 hora
4 unidades	55 horas