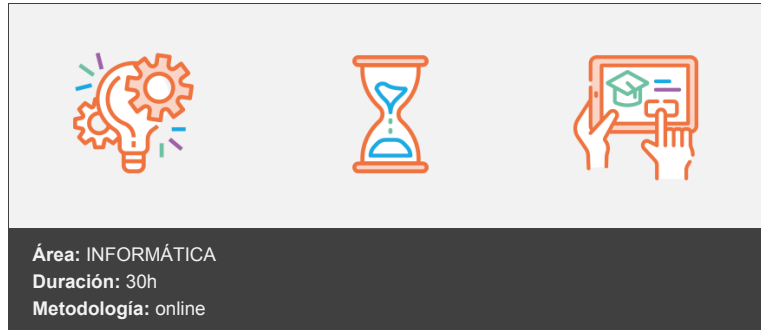


ORIENTACIÓN AL CLIENTE DIGITAL



Objetivos

Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales y desarrollar estrategias de publicidad y comercialización a través de medios digitales, incluyendo webs y blogs, redes sociales, correo electrónico, plataformas de vídeo, foros, etc.

Contenidos y estructura del curso

1. El cliente digital
 - 1.1. Dimensiones
 - 1.2. Beneficios
 - 1.3. La experiencia de cliente y la marca
2. Estrategias de branding y comunicación
 - 2.1. ¿Qué es?
 - 2.2. Características
 - 2.3. Estrategia de branding
3. Marketing digital
 - 3.1. Nuevas estrategias
 - 3.2. Plan de marketing: diseño y evaluación
 - 3.3. Kpi's para evaluar la efectividad de las acciones
4. Escucha social, monitorización y herramientas
 - 4.1. ¿en qué consiste?
 - 4.2. Aplicación: las mejores herramientas y cómo realizar un análisis efectivo

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

