

Marketing-mix básico en internet y gestión online de clientes

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Adquirir 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
- Comprender el papel de las nuevas tecnologías digitales en las empresas de hoy en día, desde el producto ofrecido hasta el cliente final
- Conocer las características principales del comercio electrónico, y los conceptos básicos que se manejan en este ámbito
- Profundizar en aspectos de base del marketing-mix
- Aprender a realizar un estudio detallado de procesos e instrumentos esenciales en la publicidad online
- Conocer cuáles son las transacciones seguras y medios de pago con los que se puede pagar actualmente a través de internet
- Conocer 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

- Recursos 2.0: redes sociales

- Recursos 2.0: 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