

Estrategia de fidelización de clientes a través de internet

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Conocer el inbound marketing y las ventajas que ofrece.
- Adquirir conocimientos sobre el funcionamiento del inbound marketing.
- Identificar las fases del proceso de compra por las que pasa el comprador
- Tener consciencia de la importancia del comercio electrónico.
- Saber cómo optimizar el proceso desde que el usuario añade un producto al carrito hasta que el pedido le llega.
- Conocer las claves para satisfacer todas las necesidades de los usuarios.

CONTENIDOS

UD1. Cómo atraer y hacer clientes en internet

1. Introducción
2. ¿Que es el inbound marketing?
 - 2.1. Historia del inbound marketing
 - 2.2. Cómo funciona el inbound marketing
3. Conclusión
4. Casos de éxito del inbound marketing
 - 4.1 Caso en Reino Unido
 - 4.2 La agencia española de marketing Increnta implementa el inbound marketing y triplica la generación de oportunidades de venta

UD2. Técnicas para atraer tráfico a nuestra web

1. Introducción
2. Marketing de contenido
 - 2.1 Tipos de medios del marketing de contenidos
 - 2.2 Beneficios del marketing de contenidos
3. Redes Sociales.
 - 3.1 Clasificación de las redes sociales
 - 3.2 Construyendo comunidad en las redes sociales.
 - 3.3 El éxito cuantitativo de una campaña de social media

3.4 El rol de influencer en redes sociales.

3.5 Fidelización en redes sociales.

UD3. Ecommerce. Canales de venta o difusión

1. Introducción.
2. La importancia del comercio electrónico.
 - 2.1 Mobile commerce.
 - 2.2 La experiencia del usuario en la web (UX/UI)
3. Proceso de pago sencillo - el carrito de la compra
 - 3.1 Optimizar el carrito de la compra.
4. Proveedores de reparto.
 - 4.1 Factores para escoger una empresa de reparto.

UD4. Fidelización de clientes

1. Introducción
2. Concepto de fidelización
 - 2.1 Las 3R de la fidelización
3. Servicio post-venta online
 - 3.1. Cómo proporcionar un buen servicio
 - 3.2 Consecuencias de un mal servicio post venta
4. Twitter, el perfecto canal de atención al cliente
5. Blog. Concepto
 - 5.1 Características del blog
 - 5.2 Anatomía de un blog
 - 5.3 Tipos de blogs
6. Marketing viral
 - 6.1 ¿Cómo conseguir que un contenido se haga viral?
 - 6.2 Ejemplos de campañas virales
7. Email marketing
8. SEO y SEM
 - 8.1 SEO
 - 8.2 SEM

UD5. Campaña de Inbound marketing

1. Introducción
2. Pasos para la creación de una campaña de Inbound marketing
 - 2.1. Definir qué es un buyer persona
 - 2.2. Estudiar el buyer's journey.
 - 2.3 Diseñar el sales process

- 2.4 Trazar una estrategia de contenidos
- 2.5 Captación de tráfico
- 2.6 Convertir el tráfico en registros
- 3. Priorización de acciones para comenzar un proyecto
- 4. El equipo
- 5. Tecnología