

Plan de marketing directo y fidelización de clientes

Modalidad: curso e-Learning Duración: 25 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Definir un plan de marketing directo a partir de los conocimientos estratégicos de interacción con el cliente más efectivos y rentables y favoreciendo la fidelización de clientes.

CONTENIDOS

1. EL MARKETING DIRECTO COMO PARTE DEL PLAN DE MARKETING

- 1.1. Introducción al Marketing Directo.
- 1.2. El micromarketing y su aplicación estratégica.
- 1.3. Marketing Relacional.

2. EL PLAN DE MARKETING DIRECTO

- 2.1. Definición, estructuración e implementación del Plan de Marketing Directo.
- 2.2. Ventajas del Marketing Directo frente a los Medios Masivos.
- 2.3. Planificación de Campañas.
- 2.4. Los Medios del Marketing Directo (prensa, e-mailings, buzono mobile marketing, etc.)
- 2.5. Marketing On-Line.
- 2.6. Análisis de Resultados.
- 2.7. Creatividad en el Marketing Directo: campañas creativas

3. ESTRATEGIAS DE INTERACCION CON LOS CLIENTES

- 3.1. Generación, gestión y comunicación de contactos.
- 3.2. Listas y bases de datos.
- 3.3. Fidelización de clientes.
- 3.4. La implementación de un CRM.
- 3.5. Ley de Protección de Datos.