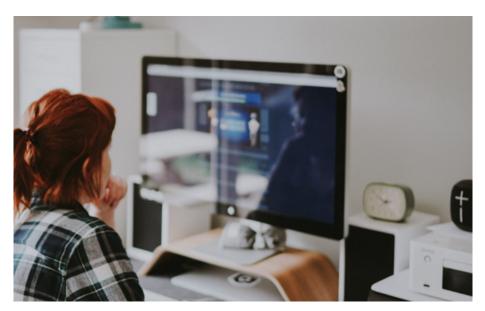
# Nuevas estrategias comerciales para la captacion y fidelizacion de alumnos

Área:

Duración: 20 horas Modalidad: online



# criteria

### Objetivos

- Realizar el marketing en medios sociales para mejorar su imagen, crear nuevos canales de comunicación, y con vistas al marketing en buscadores.
- Facilitar al alumno los conocimientos necesarios para el análisis del mercado y sus componentes, ámbito de acción del marketing a la hora de diseñar estrategias exitosas.
- Aprender el comportamiento del consumidor, que responde a un universo de motivaciones y
  condicionantes personales y externos a la hora de hacer una elección, sobre los que el marketing
  aspira a influir.
- Conocer a los consumidores e identificar todas sus características influyentes como primer paso para poner cualquier producto en el mercado.
- Establecer el perfil del cliente deseado para nuestro establecimiento es definir el mercado meta. Poner en marcha un Plan de Marketing que desarrolle las estrategias seleccionadas por la empresa.

 Planificar y seleccionar coherentemente las acciones en función del impacto esperado, el público objetivo y los recursos disponibles.

### Contenidos y estructura del curso

### UNIDAD 1 - SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

- Captación de Alumnos Fijación de objetivos
- El Origen de los Medios Sociales
- Tipos de Medios Sociales
- Marketing en Medios Sociales
- El Plan de Medios Sociales
- Estrategias de Social Media
- Campañas en Medios Sociales
- Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales
- El Crowdsourcing
- Medición de Resultados de un Social Media Plan
- Autopráctica Desarrollo del Plan de Medios Social
- Analítica Social y Estrategia
- Analítica Social y Estrategia Objetivos
- IOR Impact of Relationship
- · Los Leads
- · Claves para cualificar un lead
- Conseguir contactos y BBDD para campañas de email marketing y sms marketing
- Autopráctica Análisis de una medición de Social Media
- Autopráctica SMO
- · Actividad Blog Plan de Marketing

### UNIDAD 2 - SEGMENTACIÓN DEL MERCADO. EL MERCADO OBJETIVO

- · Cómo Atraer y Captar Nuevos Alumnos
- Mercados y segmentos
- · Influyentes en el consumidor
- Motivación
- Segmentación del mercado
- Tipos de Segmentación
- Mercado meta
- La Promoción de la Oferta Educativa
- Mezcla de la comunicación de la oferta educativa
- Autopráctica Orientación del marketing
- Autopráctica Segmentación
- Actividad Blog Argumentario de ventas
- Actividad Roleplay la venta de productos de formación a pymes

## **UNIDAD 3 - PLANIFICACIÓN DE MEDIOS**

- Imagen e Identidad
- Promoción y Comunicación Mix
- Plan de Comunicación
- La Marca
- Características de la Marca
- Publicidad
- Las Relaciones Públicas
- Marketing de móviles para los centros de formación
- Utilización de SMS por los centros de formación
- Uso de SMS en la educación
- SMS Marketing Educativo
- Utilidad del Email marketing en educación y centros de formación
- Recomendaciones del Email marketing en educación y centros de formación
- La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing
- Autopráctica Características de marca
- Actividad Blog Promocionar tu centro de formación

### Metodología:

En Criteria 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 del/la formador/a

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

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

criteria.es

criteria.es/recursos

criteria.es/blog





