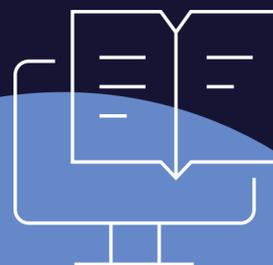


Curso de Especialización

Atención y Fidelización de Clientes

80 Horas Académicas



. Contenido

01

Objetivo

02

Plan de Estudio

03

Metodología de Enseñanza

01

. 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.
- Saber en qué consiste el marketing de contenidos: tipos y beneficios.
- Conocer cómo funciona este marketing en las redes sociales así como las ventajas que aportan estas.
- Tener claro el concepto de fidelización así como las 3R y cómo conseguirla.
- Saber proporcionar un buen servicio post-venta online y las consecuencias de no hacerlo.
- Conocer herramientas de comunicación con el cliente y las ventajas que aporta cada una.
- Saber cómo hacer un contenido viral.
- Conocer el funcionamiento de SEO y SEM

Atención Personalizada



Nuestro Centro de Atención y equipo de expertos en e-learning asesorarán y atenderán tus consultas, para el buen desarrollo del proceso académico.



Duración: 80 hrs. académicas

. Plan de Estudio

02

. Unidad I

Cómo atraer y hacer clientes

1. Introducción
 - 1.1. Inbound Marketing. Concepto
 - 1.2. Historia del Inbound Marketing
 - 1.3. Pilares del Inbound Marketing
 - 1.3.1. Atracción del tráfico de posibles clientes a nuestra web
 - 1.3.2. La conversión
 - 1.3.2. La conversión
 - 1.3.4. Fidelización de clientes
 - 1.3.5. Análisis para mejorar
 - 1.4. Conclusión
 - 1.5. Casos de éxito del inbound marketing
 - 1.5.1 Caso en Reino Unido
 - 1.5.2 La agencia española de marketing Increta implementa el inbound marketing y triplica la generación de oportunidades de venta

. Unidad II

Técnicas para atraer tráfico a nuestra web Introducción

1. Marketing de contenido
 - 1.1. SEO
 - 1.2. SEM
 - 1.3. Tipos de medios del marketing de contenidos
 - 1.4 Beneficios del marketing de contenidos
2. Redes Sociales.
 - 2.1 Clasificación de las redes sociales
 - 2.2 Construyendo comunidad en las redes sociales.
 - 2.3 El éxito cuantitativo de una campaña de social media
 - 2.4 El rol de influencer en redes sociales.
 - 2.5 Fidelización en redes sociales.

. Plan de Estudio

. Unidad III

Fidelización de clientes

1. Introducción
2. Concepto de fidelización
 - 2.1 Las 3R de la fidelización
3. Servicio post-venta
 - 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. Prescriptores de la marca
 - 6.1. Marketing viral
 - 6.2 ¿Cómo conseguir que un contenido se haga viral?
 - 6.2.1 Ejemplos de campañas virales
7. Email marketing
8. SEO y SEM

. Metodología de Enseñanza

. Virtual o E-learning

Brinda la libertad de estudiar de acuerdo a su disponibilidad horaria, rompiendo barreras de tiempo y distancia, monitoreados por un tutor virtual.

. Aula Virtual

Entorno que facilita la interacción entre los participantes y el especialista, permitiendo la enseñanza-aprendizaje, comunicación, interacción y evaluación del alumno.

El estudiante tiene la capacidad de decidir el itinerario formativo más acorde con sus intereses y podrá acceder al contenido de la plataforma virtual las 24 horas:

03

www.cadperu.com

- **Video:** Medio audiovisual que contempla el desarrollo panorámico del tema, con ejemplos que ayuden a entender lo sustancial de cada unidad.
- **Guía de Estudio:** Material que permite al participante fundamentar los contenidos de cada unidad, desarrollar las capacidades, habilidades y destrezas que propone el programa, y solucionar las actividades propuestas.
- **Recursos Complementarios:** Lecturas seleccionadas y/o material audiovisual, a fin de profundizar la comprensión y/o análisis del tema, facilitando la apropiación del contenido y los referentes bibliográficos que complementan la capacitación y enriquecen el conocimiento.
- **Foro:** Entorno de conversación que permite el intercambio de conocimientos y opiniones con la comunidad de estudiantes, desarrollando el pensamiento crítico por medio del diálogo argumentativo y pragmático.
- **Evaluación:** Test que desarrolla el participante al finalizar el curso, permitiéndole evaluar su proceso de aprendizaje.





22 años

Comprometidos con el
Desarrollo Profesional

www.cadperu.com