

MARKETING-MIX BÁSICO EN INTERNET Y GESTIÓN ONLINE DE CLIENTES

CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. DEL PRODUCTO AL CLIENTE

- 1.1. Transformación de mercados, productos, medios, tecnologías.
- 1.2. Las repercusiones para el marketing, producto, precio, distribución y comunicación.
- 1.3. La personalización de las herramientas del marketing.
- 1.4. Competir según el servicio y el valor añadido.
- 1.5. Hacia una comunidad de clientes.
- 1.6. Los protocolos y lenguajes de Internet.
- 1.7. Perfil del usuario de Internet.
- 1.8. Internet como medio de comunicación, sus usos y abusos.

2. COMERCIO ELECTRÓNICO

- 2.1. Conocimiento del medio virtual.
- 2.2. Actividades y actores del e-commerce.
- 2.3. Instrumentos de comercio y seguridad.

3. MARKETING-MIX EN INTERNET

- 3.1. Decisiones de producto, precio y comunicación en Internet.
- 3.2. Marketing Directo.
- 3.3. Distribución.

4. PUBLICIDAD ON-LINE

- 4.1. Plan estratégico de comunicación y branding.
- 4.2. Campañas, actuaciones y mensajes: distintos modelos.
- 4.3. Gestión externa: instrumentos (agencias, adword).
- 4.4. Recursos 2.0: blogs.
- 4.5. Recursos 2.0: redes sociales.
- 4.6. Recursos 2.0: portales colaborativos.

5. MEDIOS DE PAGO Y TRANSACCIONES SEGURAS

- 5.1. Medios de pago no bancarios.
- 5.2. Medios de pago bancarios tradicionales.
- 5.3. Medios de pago bancarios específicamente desarrollados para los nuevos canales digitales interactivos.
- 5.4. Evolución de los medios de pago.

6. GESTIÓN DE CLIENTES

- 6.1. Gestión on-line de clientes: características específicas.
- 6.2. Clasificación y tipologías.
- 6.3. Software CRM.