



Guía Didáctica

Cómo captar clientes en la red

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Ser capaces de establecer la estrategia adecuada para captar clientes en la red en el contexto actual.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer la visión histórica de la evolución del Telemarketing al Marketing actual.
- Entender la interrelación entre los elementos que conforman el Proceso Comunicativo de una operación de marketing.
- Conocer los procesos adecuados de comunicación eficaz para la captación de clientes.
- Comprender las dimensiones de la relación comercial y la importancia de conocer el producto/servicio y de dar una imagen a priori positiva como paso previo a la venta.
- Adquirir las habilidades de trato y comunicativas efectivas para el trato con los clientes.
- Ser capaces de desplegar las estrategias de marketing adecuadas para el entorno de marketing 3.0

Contenidos

70 horas	Cómo captar clientes en la red
12 h	Módulo 1: Evolución del marketing
12 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: Del Telemarketing al marketing online <ul style="list-style-type: none"> • Una visión histórica • Conceptos y Aplicaciones • Telemarketing vs marketing online • Perfil del profesional del marketing • Factores Buen Diseño Campaña
24 h	Módulo 2: La comunicación
12 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: El Proceso de Comunicación <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y Elementos de la Comunicación • Feedback y Escucha Activa • Barreras Comunicativas • Programación Neurolingüística
12 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 2: La Comunicación Eficaz para ganar clientes <ul style="list-style-type: none"> • Variables Telefónicas a controlar • Estilos de Comunicación • Estructura y Preparación • La importancia de la Comunicación escrita
34 h	Módulo 3: La atención al cliente
10 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: La Venta Telefónica <ul style="list-style-type: none"> • Dimensiones de la Relación Comercial • Objeciones • El Cierre Comercial
12 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 2: Atención al Cliente <ul style="list-style-type: none"> • La Importancia del Cliente Interno • Gestión de Cobros • Gestión de Llamadas Conflictivas • Gestión de clientes en la red
12 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 3: La captación de clientes 2.0 <ul style="list-style-type: none"> • Marketing social • Nuevos recursos para el marketing • Fidelización de cliente • Branding • Marketing viral • Hacia el marketing 3.0
70 horas	3 Módulos – 6 Unidades