

ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE INTERNET

SKU: EVOL-3177-VTP-A | Categorías: [Comercio y Marketing](#), [COMERCIO Y MARKETING](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [50](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Estrategia de Fidelización de Clientes a Través de Internet

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
- Tener consciencia de la importancia del comercio electrónico.
- Saber cómo optimizar el proceso desde que el usuario añade un producto al carrito hasta que el pedido le llega.
- Conocer las claves para satisfacer todas las necesidades de los usuarios.

Contenidos

UD1. Cómo atraer y hacer clientes en internet

1. Introducción
2. ¿Que es el inbound marketing?
 - 2.1. Historia del inbound marketing
 - 2.2. Cómo funciona el inbound marketing
3. Conclusión
4. Casos de éxito del inbound marketing
 - 4.1 Caso en Reino Unido
 - 4.2 La agencia española de marketing Increnta implementa el inbound marketing y triplica la generación de oportunidades de venta

UD2. Técnicas para atraer tráfico a nuestra web

1. Introducción
2. Marketing de contenido



- 2.1 Tipos de medios del marketing de contenidos
- 2.2 Beneficios del marketing de contenidos
- 3. Redes Sociales.
- 3.1 Clasificación de las redes sociales
- 3.2 Construyendo comunidad en las redes sociales.
- 3.3 El éxito cuantitativo de una campaña de social media
- 3.4 El rol de influencer en redes sociales.
- 3.5 Fidelización en redes sociales.

UD3.Ecommerce. Canales de venta o difusión

- 1. Introducción.
- 2. La importancia del comercio electrónico.
- 2.1 Mobile commerce.
- 2.2 La experiencia del usuario en la web (UX/UI)
- 3. Proceso de pago sencillo - el carrito de la compra
- 3.1 Optimizar el carrito de la compra.
- 4. Proveedores de reparto.
- 4.1 Factores para escoger una empresa de reparto.

UD4.Fidelización de clientes

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

UD5.Campaña de Inbound marketing

- 1. Introducción
- 2. Pasos para la creación de una campaña de Inbound marketing
- 2.1. Definir qué es un buyer persona
- 2.2. Estudiar el buyer's journey.



- 2.3 Diseñar el sales process
- 2.4 Trazar una estrategia de contenidos
- 2.5 Captación de tráfico
- 2.6 Convertir el tráfico en registros
- 3. Priorización de acciones para comenzar un proyecto
- 4. El equipo
- 5. Tecnología

Tal vez te interese este curso: [Curso Práctico: Internet como Canal de Comercialización y de Relación con los Clientes](#)

O quizá este otro: [MARKETING-MIX BÁSICO EN INTERNET Y GESTIÓN ONLINE DE CLIENTES](#)

Síguenos en: [Instagram](#)

