

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso de Marketing Directo

→ Técnicas para la estrategia y el control de campañas de Marketing Directo e Interactivo.



Iniciativas Empresariales
estrategias de formación

Tel. 902 021 206 attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



Presentación

Las nuevas tecnologías y la fragmentación de los medios han originado la aparición de múltiples soportes de información off-line y on-line, muchos de ellos de difusión limitada y sumamente específicos. Esta situación nos obliga actualmente a integrar varios medios con la finalidad de obtener unos resultados óptimos para nuestras campañas. La tecnología de base de datos y el targeting de Internet crean oportunidades de comunicación más allá de los mass media, al mismo tiempo que posibilitan la segmentación de perfiles concretos de clientes que permiten la realización de acciones a corto plazo fácilmente medibles.

En tiempos difíciles, el Marketing Directo siempre ha resultado la herramienta más útil, efectiva y económica, tanto para la captación de clientes como para la fidelización de los mismos. Además, si juntamos las actuales posibilidades que aporta el 2.0, el Marketing Directo ve ampliado su potencial al poder ofrecer alternativas más creativas y económicas.

Este curso tiene un enfoque eminentemente práctico que le permitirá conocer y dominar los puntos clave de las acciones de Marketing Directo en cualquiera de los medios donde se pueden desarrollar (mailing postal, e-mailing, mobile marketing, telemarketing, Internet, etc.).

La Educación On-line

La formación continua es una necesidad para todo profesional que quiera estar al día en un entorno tan cambiante como el actual. La modalidad virtual de la educación a distancia es una oportunidad para ello.

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

- ➔ La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- ➔ Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- ➔ Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line (e-mails, chats, webinars, vídeos...).
- ➔ Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 100 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 10 Módulos de formación práctica de que consta el curso de Marketing Directo.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos resueltos, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas del Marketing Directo.

Ejercicios de Seguimiento

Ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes al estudio del Marketing Directo.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

Prueba Final

Que acreditará la asimilación de los contenidos del curso.

Curso 100% Bonificable

El importe de este curso puede ser totalmente bonificable por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo.



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo conocer de forma práctica y eficaz la planificación y desarrollo de campañas integradas de Marketing Directo.
- Cómo hacer más efectivas sus estrategias y campañas de M.D.
- Cómo integrar las estrategias de M.D. off-line con las estrategias on-line.
- Cuál es la logística en las campañas de M.D. off-line y on-line.
- Cuáles son las ventajas y los inconvenientes de la integración de medios 2.0 en las campañas de Marketing Directo.
- Cómo se efectúa un test en una campaña de M.D. y cómo se calculan y valoran los posibles resultados.
- Cuáles son los canales de M.D. que mejor resultado ofrecen en una sociedad cada vez más interactiva.
- Qué formatos y qué soportes son los más efectivos para llegar hasta nuestros potenciales clientes.
- Cuáles son las características que hay que tener en cuenta para efectuar el análisis, planificación y compra de los medios que pueden utilizarse en M.D.
- Dónde se encuentran todas las bases de datos que pueden utilizarse en M.D, y qué fiabilidad ofrecen.
- Cómo se planifica y desarrolla una estrategia de E-mailing.
- Cuáles son los componentes en el proceso de creación de una campaña de M.D. y cuáles son los errores más frecuentes.
- Qué aspectos legales debemos tener en cuenta en la planificación de campañas de M.D.
- Cómo integrar Call Centers, vendedores y atención al cliente en las estrategias de Marketing Directo.

Conozca el Marketing Directo a través de una visión práctica que le permite obtener resultados inmediatos.

Dirigido a:

Responsables de Marketing, Comercial, Publicidad y Comunicación, Marketing y Comercial Assistants, Responsables de Ventas y profesionales, en general, que deseen profundizar en las técnicas tradicionales y nuevas de Marketing Directo o que estén vinculadas a las campañas de M.D.

Contenido del curso

➔ MÓDULO 1. Introducción al marketing relacional, directo e interactivo

- El Marketing Relacional como filosofía del nuevo marketing.
- Concepto y características del Marketing Directo.
- Ventajas del Marketing Directo.
- Funciones del Marketing Directo.
- Variables básicas del Marketing Directo.
- Estrategia y Marketing Directo.

➔ MÓDULO 2. Identificación y cualificación de los mejores clientes

- Las listas.
- Las bases de datos.
- La segmentación.
- Data Mining.
- Aspectos jurídicos de la protección de datos.

➔ MÓDULO 3. La oferta en el marketing directo

- Concepto de oferta en Marketing Directo.
- Elementos básicos: posicionamiento, precio, pago, reductores de riesgo y compromiso.
- Elementos opcionales: Incentivos e impulsores.
- Endurecedores y suavizadores para la venta en varias fases.

➔ MÓDULO 4. Creatividad

- ¿Qué es la creatividad?
- El proceso creativo.
- Generación de ideas.
- Principios de persuasión y técnicas de obtención de un comportamiento.
- Los textos en Marketing Directo.
- Los grafismos.

Contenido del curso

➔ MÓDULO 5. Herramientas clásicas de marketing directo

- Los medios y el plan de Marketing Directo.
- Campañas por correo.
- Medios impresos.
- Medios electrónicos clásicos.
- Telemarketing.

➔ MÓDULO 6. Marketing directo en internet

- Creación de un website de éxito.
- Generación de tráfico al website.
- Comercio electrónico.
- Analítica web.

➔ MÓDULO 7. Análisis de resultados y sus indicadores

- Indicadores de resultados.
- Análisis de costes.
- Los programas de continuidad.
- Rentabilidad en los cambios de oferta.
- Analítica web.

➔ MÓDULO 8. El testeo

- ¿Por qué testar?
- ¿Qué testar?
- ¿Cuánto testar?
- ¿Cómo testar?

➔ MÓDULO 9. Gestión de la respuesta y entrega

- De la solicitud a la entrega.
- Elementos de la entrega.
- Cambios y devoluciones.
- Servicio al cliente.

Contenido del curso

➔ MÓDULO 10. Plan integral de captación y fidelización de clientes

- Campañas integrales.
- Generación y gestión eficiente de *leads*.
- Marketing de cultivo.
- Indicadores clave para el éxito.

Autores

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso de Marketing Directo han sido elaboradas por un equipo de especialistas encabezados por:

→ Daniel Gómez Tarragona

Especialista en Investigación y Técnicas de Mercado. MBA y PDD formado en IESE, ESIC e ICADE. Actualmente, es director de Dicendi, agencia consultora de marketing 3.0. Combina este trabajo con la dirección académica del Colegio Editorial del Instituto Superior de Arte, IlArt, así como con el de profesor de marketing y de gestión cultural en distintas instituciones de postgrado.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá el diploma que le acredita como experto en **Marketing Directo**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

