Telemarketing

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 10 h
Precio: 15.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

0601

OBJETIVOS

####
- Comprender los principios, conceptos e instrumentos del marketing y su influencia en la venta.
####
- Conocer las principales aplicaciones de la red de Internet y su uso en la empresa.
####
- Entender los conceptos de calidad y servicio, así como las características de los productos y servicios que ofrecen las empresas.
####
- Dotar al alumnado de las herramientas necesarias para conocer las técnicas de investigación y medición de la demanda.
####

CONTENIDOS

####
1. Conceptos básicos de marketing

####

1.1. Introducción

####

1.2. Conceptos del marketing

####

2. Creación de listas de distribución para la captación de clientes

####

2.1. Listas de distribución

####

3. Programas de fidelización de clientes

####

3.1. ¿por qué son diferentes las empresas de servicios?

####

3.2. Dificultades para gestionar la calidad en el servicio

####

3.3. Costo de calidad y falta de calidad

####

3.4. Gestión de la calidad: asunto de método

####

3.5. Ejemplo de gestión de calidad en el servicio

####

4. Realización de estudios sobre clientes potenciales

####

4.1. La investigación de mercados

####

4.2. Las fuentes de información

####

4.3. El trabajo de campo

####

4.4. La muestra y la selección de los encuestados

####

4.5. Métodos de investigación cualitativa y cuantitativa

####

4.6. Técnicas de preguntas en las investigaciones

####

4.7. Los métodos de investigación por encuestas (I)

####

4.8. La experimentación y el marketing de prueba

####

5. Programas de atención al cliente y técnicas de venta

####

5.1. La exigencia del cliente

####

5.2. El cliente: aspectos a destacar

####

5.3. La percepción de calidad

####

5.4. Gestión de la calidad total

####

5.5. El cliente es el rey

####

5.6. Estrategias

####

6. Mailing a través de internet

####

6.1. La planificación

####

6.2. La estrategia

####

6.3. El formato del mensaje

####

6.4. Los elementos de un e-mail

####

6.5. Medición de los resultados

####

7. Páginas web en internet

####

7.1. La revolución de internet

####

7.2. Internet en la empresa

####

7.3. Consideraciones previas a la presencia en internet

####

7.4. Definición de objetos y puesta en marcha

####

8. Marketing en internet

####

8.1. Definición de marketing online

####

8.2. El mercado virtual

####

8.3. Los grupos de clientes

####

8.4. Estrategias para el marketing en internet

####

8.5. Elementos del marketing mix: producto, precio, promoción y plaza o distribución

####

8.6. Medios de difusión online

####

8.7. La personalización

####
####

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.