



TELEMARKETING

OBJETIVOS

- Aprender los aspectos legales vigentes en la actualidad concerniente a la sociedad de la información y la protección de datos.
- Comprender los factores a tener en cuenta frente a la creación de una tienda virtual.
- 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.
- Conocer los requisitos técnicos necesarios para poner en marcha una campaña de e-mail marketing de permiso.
- Dotar al alumnado de las herramientas necesarias para conocer las técnicas de investigación y medición de la demanda.
- Entender los conceptos de calidad y servicio, así como las características de los productos y servicios que ofrecen las empresas.

ÍNDICE DE 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
- 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