

CURSO ESPECIALIZADO
ONLINE EN
**CAPTACIÓN Y
CUALIFICACIÓN DE
CLIENTES**
[CEOCCC]



Curso Especializado Online en Captación y Cualificación de Clientes

Aprende cómo diseñar una estrategia de captación de clientes cualificados que te ayudará multiplicar las ventas. Descubrirás todas las claves y conceptos relacionados con la generación de leads: captación, inbound marketing, SEM, mailing, display, affiliate marketing, social media, etc.

COMPETENCIAS

- Estrategias de captación y cualificación de clientes.
- Inbound Marketing.
- Métricas aplicadas a un programa de marketing relacional.
- E-mail marketing.
- Mailing: cómo crear y medir mailing que seduzca y venda.
- La gestión de los medios masivos como generadores de respuesta.
- La web para la captación de clientes/datos: formularios, landing pages y SEO Search Engine Marketing (SEM): planificación, ejecución y medición de campañas.
- Affiliate Marketing.
- Generar y cualificar leads en Marketing Digital.
- Performance, RTB y display advertising.

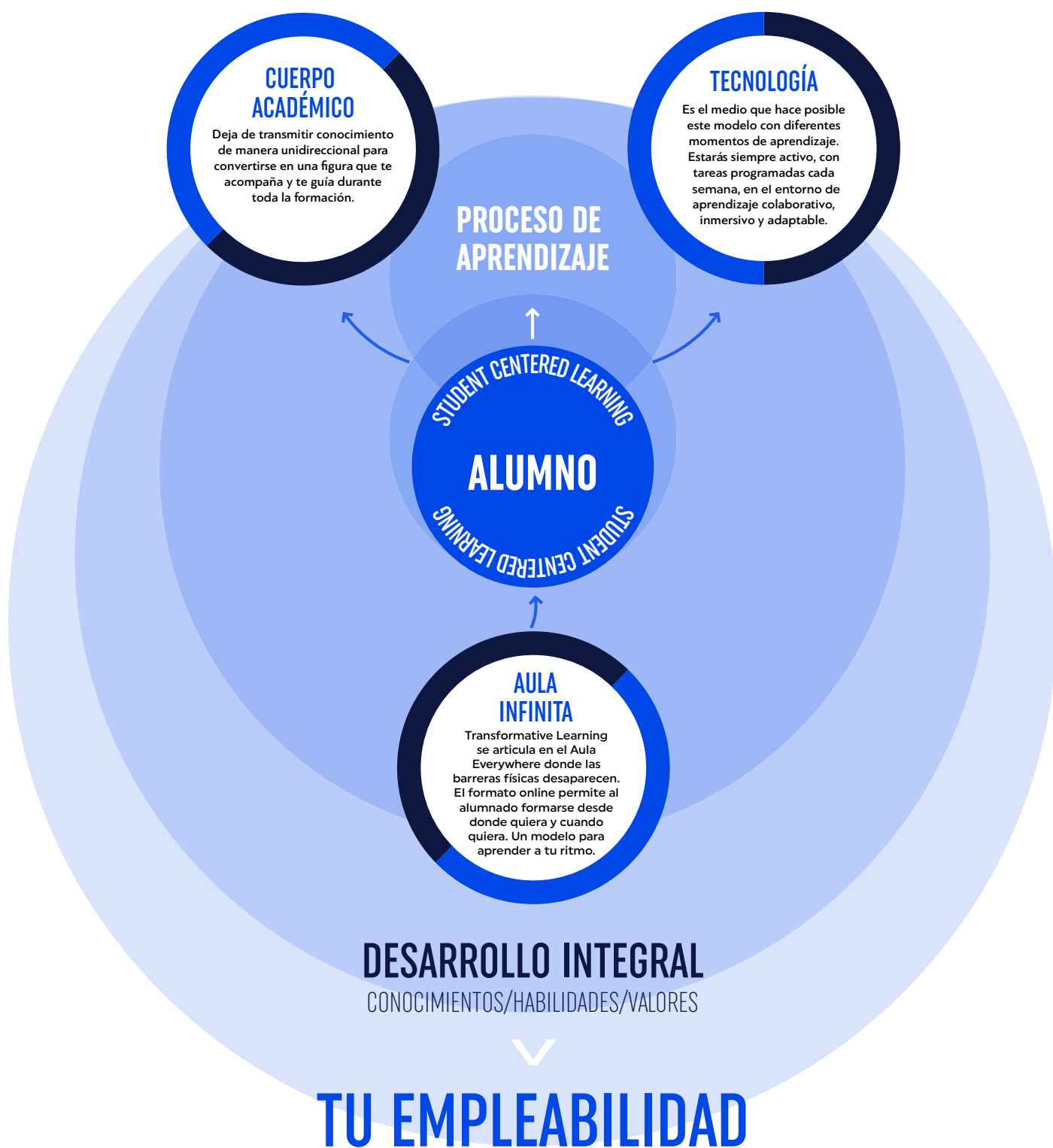
Formato	Online
Idioma	Español
Duración	12 semanas
Proyecto final tutorizado	
Examen final	

PERFIL DE SALIDA

- › Profesionales del marketing, comunicación, publicidad y/o venta.
- › Responsables de fidelización de clientes.
- › Responsables de Atención al Cliente.
- › Directores de cuentas de agencia de publicidad.
- › Profesionales de agencias de marketing relacional, directo e interactivo.
- › Profesionales pertenecientes a departamentos de marketing, comunicación, ventas y CRM.
- › Empresarios y directivos de PYMES.



TRANSFORMATIVE LEARNING



METODOLOGÍA

Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?



Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.

Documentación

- Programa completo.
- Asignación de temas y clases por semana.
- Documentación elaborada por profesionales del sector.
- Videos de tutorías y webinars (clases).
- Bibliografía y links de interés.

Documentación en Easy Generator

- Contenidos ONLINE.
- Descargables en PDF.
- Indicador y marcador de progreso.

Sesiones online síncronas y asíncronas



- Se recomienda asistir a todos los webinars e interactuar con el profesor y los compañeros.
- Los webinars son sesiones online de una hora aprox. impartidas por un profesional, miembro del consejo de expertos del curso. Estas sesiones tratarán sobre temas o materias relevantes, pudiendo el alumno interactuar con el ponente en tiempo real.
- Las sesiones serán grabadas y podrás encontrarlos en el aula virtual después de su impartición.
- Horario habitual entre las 19:00y las 21:00h. (hora España)
- Las fechas y horarios puedes encontrarlas disponibles en el aula virtual desde el 1er día de inicio del curso.
- En total son 10 webinars durante el curso.



Autoevaluación

Al final de cada tema hay un test de autoevaluación para asegurarte que aprendes lo previsto.



Aplicación de casos de estudios y empresas reales



Apoyo tutorizado y feedback

4 tutorías en directo, una tutoría cada mes, con una de ellas al inicio con la explicación del curso.



Actividades prácticas y experienciales



Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales



Proyecto final y examen final para la obtención del título

PROGRAMA

Estrategias de captación y cualificación de clientes

- > Los fundamentos del Marketing Directo.
- > La aplicación del marketing directo en la relación de clientes.
- > El Marketing Relacional: el nuevo marketing enfocado en el cliente.
- > Las claves para diseñar un programa de relación de clientes.
- > Estrategias de captación eficaces (listas bases de datos externas).
- > Aspectos ganadores para incrementar la respuesta.
- > Cómo identificar clientes de alto valor potencial.

Inbound Marketing

- > Ciclo de compra.
- > El Inbound Marketing como innovación en el marketing: introducción a la metodología.
- > Relación entre el ciclo de compra, el blog y la página Web.
- > Frecuencia de publicación VS captación de tráfico.
- > ¿Cómo optimizar on page la página Web y el blog?
- > Mapa de enlaces internos.
- > Difusión de nuestro contenido.
- > La conversión en el Inbound Marketing.
- > ¿Qué son leads nurturing y leads scoring?
- > Analítica y KPIs Inbound Marketing.

Métricas aplicadas a un programa de marketing relacional

- > La importancia de la medición de resultados. Tendencia.
- > Cómo definir un plan de investigación y medición de resultados.
- > La jerarquía en las mediciones de marketing y el valor contable del cliente.
- > La gestión del valor percibido por el cliente.
- > La medición del resultado y el cálculo del ROI.
- > El Customer Lifetime Value.
- > La planificación de la inversión y el control de costes.
- > Otros indicadores a considerar en la medición de resultados.

E-mail Marketing

- > Fases de creación de un email.
- > A quién: listas propias y externas.
- > El qué: USP, oferta, características y beneficios, early-birds, garantías.
- > El cómo: elección de formato: ¿concierto para una nota?
- > Estructura: AIDA aplicada al e-mailing.
- > Credibilidad: qué hacer cuando un oso os persigue.
- > La parte gráfica del e-mail.
- > Métricas y tests en el e-mail.
- > El caso particular de las newsletters.
- > La maravilla de los auto-responders: series de e-mails que derriban murallas.

Mailing: cómo crear y medir mailing que seduzca y venda

- > El único medio segmentable y personalizable que se puede utilizar sin permiso.
- > Cómo sacar el máximo provecho a cada una de las piezas del mailing y a su integración: Sobre, carta, folleto, cupón, flyer, sobre-respuesta.
- > Planificación y Contratación de Listas Externas.
- > Aspectos claves de producción.
- > Las cartas pueden y deben ser muy creativas.
- > Folletos: el escaparate del producto y la oferta.
- > Función comunicacional de cada pieza y su valor AIDCA.
- > Gimmicks e incentivos materiales.
- > Modelos de envío y códigos de comunicación.

La gestión de los medios masivos como generadores de respuesta

- > La gestión de medios masivos como generadores de respuesta directa Panorama y terminología de medios.
- > Planificación y objetivos de medios en Publicidad General.
- > Planificación y objetivos en publicidad: publicidad general VS respuesta directa.
- > Los medios y la eficacia de la comunicación comercial.
- > Saturación, Fragmentación, e Indiferenciación.
- > Publicidad de respuesta directa en TV y TV interactiva.
- > Tipos Formatos y respuestas en medios.

PROGRAMA

La web para la captación de clientes/datos: formularios, landing pages y SEO

- > Cómo generar leads a través de la web: formularios según el objetivo y llamar la atención en la web y generar base de datos.
- > Técnicas principales para la creación y optimización de Landing Pages.
- > El funcionamiento del posicionamiento natural (SEO).
- > Cómo optimizar el SEO en tu propia página web (ON-page).
- > Cómo optimizar el SEO a través de sites externos (OFF-Page).
- > Creación de experiencias a través del servicio.

Search Engine Marketing (SEM): planificación, ejecución y medición de campañas SEM

- > Marketing de Buscadores PPC: Herramientas, Métodos y Conceptos.
- > Sinergias, canibalización y balanceo de inversión en SEO VS SEM.
- > Papel y análisis interno y externo para la identificación de Keywords.
- > Keywords Short Tail genéricos con volumen alto VS Keywords Long Tail.
- > Proyectar y presupuestar el coste permitido de nuestra campaña: alinear tráfico proyectado con costes.
- > Subastas de Keywords: cómo optimizar nuestra inversión en pujas: conversión de tráfico a tráfico cualificado.
- > Estrategias y tácticas para optimizar las landing pages.
- > Métricas de Tráfico y Conversión.
- > Gestión de Proyectos SEM.

Affiliate Marketing

- > Identificación de Redes Afines.
- > Adaptación de tus comunicaciones a las redes afines.
- > Acciones co-marketing: email, presencia en web, publicidad...
- > Cómo generar base de datos a través de Affiliate Marketing.
- > Principales métricas de Affiliate Marketing.
- > Planificación y negociación de acuerdos.

Generar y cualificar leads en Marketing Digital

- > Planificación de Estrategias de Captación.
- > Las claves para comunicar de manera eficaz a través de la web.
- > E-mail Marketing y creación de sites para campañas de promoción.
- > Product Placement, comunicación y relaciones públicas en internet.
- > Identificación de sites afines para acciones co-branded.
- > E-Retailer o como promocionar a través de webs del distribuidor.
- > Social media y publicidad contextual.
- > Generación de base de datos a través de medios online.
- > Buzz Marketing: Word-of-Mouth Marketing, Buzz, Viral y Marketing de Guerrilla.

Performance, RTB y Display Advertising

- > Evolución y actualidad del Display Advertising.
- > Behavioral Targeting.
- > Adservers.
- > Display en Mobile y en Video.
- > Rich Media.
- > Medición de visibilidad y resultados.
- > Funcionamiento de la publicidad programática.
- > Modelos de atribución.

CLAUSTRO DE PROFESORES

Ignacio del Corro

Gin and Tonic Advertising
Socio - Director General

José Manuel Piedrafita

Acierto.com
Performance Marketing Manager

Juan Carlos López Quintero

Inka Marketing Estratégico
Director General y Fundador

Luis María Egusquiza

Integra Estrategia y Tecnología
Business Developer Manager

Marcos Antonio García

Advisor y miembro del Consejo de Advisors en **Ufounders**
Director Ejecutivo y socio fundador de **Gestazion.com**

Mónica Díaz-Ponte

Digital Addiction
Managing Director

Óscar Bilbao

Herederos de Rowan
Director creativo

*Claustro sujeto a posibles cambios.





MADRID

91 452 41 00

info.madrid@esic.edu

BARCELONA

93 414 44 44

info.barcelona@esic.edu

VALENCIA

96 361 48 11

info.valencia@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03

info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA

97 635 07 14

info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA

95 202 03 69

info.malaga@esic.edu

PAMPLONA

94 829 01 55

info.pamplona@esic.edu

BILBAO

94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

GRANADA

95 822 29 14

master@esgerencia.com

NOVIEMBRE 2021