

PROGRAMA ESPECIALIZADO – 60 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » El objetivo fundamental del curso es capacitar al profesional o futuro profesional, en diseñar, crear, desarrollar ofertas que despierten el interés, el deseo y llamen a la acción. Y cómo comunicar estas ofertas de manera eficaz.
- » Aprender a convertir un producto o servicio en una oferta irresistible para el cliente o cliente potencial. A través del conocimiento de los recursos y las técnicas que nos ofrece el marketing directo interactivo.
- » Saber crear la oferta, se debe ser capaz de comunicarla de manera eficaz.
- » Conocer todos los medios de comunicación que tenemos a nuestro alcance para comunicar nuestra oferta al cliente o cliente potencial. Sabrá cuales son las capacidades y limitaciones que tiene cada uno de los medios. Sabrá por lo tanto adecuar la comunicación de la oferta a cada medio. A integrarlo dentro del proceso de compra del cliente. Y de integrar todos los medios de manera eficaz.

PROGRAMA - FASES

- » El Nuevo Marketing: Marketing Relacional, Directo e Interactivo.
- » Cómo Crear Ofertas: Posicionamiento, Ofertas e Incentivos.
- » Ejecución de Campañas de Generación de Respuesta a través de Medios Masivos.
- » Ejecución de campañas a través del mailing.
- » Ejecución de campañas a través de telemarketing.
- » Comunicación directa & interactiva a través del móvil.
- » Comunicación y generación de leads a través de eventos y ferias.
- » Marketing directo & interactivo integrado con fuerza de ventas y red de distribución.
- » Ejecución de campañas a través de e-marketing.
- » Comunicación directa & interactiva a través de la TV digital y de la TV móvil.
- » Comunicación: la gestión de la presencia en medios para generación de leads.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Profesionales o futuros profesionales del marketing, comunicación, publicidad y / o venta.
- » Profesionales de agencias de marketing relacional, directo & interactivo.
- » Profesionales pertenecientes a departamentos de marketing, comunicación, ventas y CRM.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*