

CURSO FIDELIZA A TUS CLIENTES MEDIANTE EL EMAIL MARKETING

- **EMPRESA / PROFESIONAL QUE IMPARTE EL CURSO:**
Norquality Formación S.L.
- **TEMA DEL CURSO:**
Fideliza a tus clientes mediante E-mail Marketing
- **OBJETIVOS A CONSEGUIR:**
 - Conocer las posibilidades del Email Marketing, como utilizarlo y estrategias para la fidelización de clientes.
 - Acercamiento a las distintas plataformas de diseño de emailing.
 - Análisis y medición de resultados.
- **Nº DE HORAS:**
Este curso consta de 10 horas
- **REQUISITOS PROFESORADO:**
 - Nivel Académico*
Titulación universitaria o, en su defecto, capacitación profesional equivalente en la ocupación relacionada con el curso.
 - Nivel Pedagógico*
Formación metodológica o experiencia docente.
- **CÓDIGO DEL CURSO:**
01/2S/2017
- **LUGAR DE IMPARTICIÓN:**
Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santiago de Compostela
- **FECHAS DEL CURSO:**
Este curso se realizará el 24 y 25 de octubre de 2017
- **HORARIO DE LAS CLASES:**
Las clases se impartirán en horario 16.30 a 21.30 horas. Martes y Miércoles
- **IMPORTE DEL CURSO:**
El importe de este curso es de 50€
 - 20% Asociados a la Cámara.
 - 10% Matrículas anticipadas (hasta 10 días antes de la fecha de inicio).
- **TITULACIÓN NECESARIA:**
No es necesaria titulación para asistir a estos cursos, pero si es conveniente tener unos conocimientos básicos para poder seguirlos con eficacia.
- **ASISTENCIA MÍNIMA REQUERIDA PARA OBTENER EL DIPLOMA:**
Los alumnos que superen positivamente los cursos, asistiendo como mínimo al 75% de las clases, se les otorgará un diploma o certificado, según los casos, dependiendo del contenido y la duración del curso.
- **PLAZOS DE FORMALIZACIÓN DE MATRÍCULA:**
La inscripción en los cursos podrá formalizarse hasta tres días antes del inicio de los cursos, siempre y cuando existan plazas, ya que éstas son limitadas.
- **PLAZOS DE CANCELACIÓN DE MATRÍCULA:**
Las cancelaciones que se realicen antes de cinco días del inicio de cada curso o seminario serán reembolsadas.
Si la cancelación se realiza dentro de los cinco días anteriores al inicio del curso y dicha cancelación es debida a fuerza mayor o causa debidamente justificada, se procederá igualmente a la devolución del importe de la matrícula siempre y cuando se justifique convenientemente.
- **CONDICIONES DE ANULACIÓN POR PARTE DE LA CÁMARA:**
La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santiago de Compostela se reserva el derecho de anular cursos si no se cuenta con el número mínimo de alumnos matriculados.

▪ **PROGRAMA DEL CURSO:**

Cuando se empieza a trabajar con personas reales en desarrollo de la estrategia de Marketing de una empresa, no se puede bajar la guardia; es preciso mantener a esas personas interesadas y vinculadas con las temáticas de la empresa. Ya sean clientes reales o potenciales, es necesario nutrirlos constantemente con contenido interesante, por dos razones principales: primero, porque en un futuro cercano es posible que se pueda generar una oportunidad de negocios con esas personas y, segundo, porque no existe mejor promoción para una marca o una compañía que un usuario satisfecho.

Desarrollar e implementar campañas de email marketing es algo muy común y es una herramienta bastante tradicional entre los gerentes de marketing. Esto se debe a que ofrecen una cantidad considerable de métricas detalladas y específicas que permiten entender la efectividad de los esfuerzos realizados.

CONTENIDO:

1. ¿Qué es el email marketing?
2. ¿Cómo utilizarlo?
3. Importancia de las bases de datos.
 - a. Organización.
 - b. Segmentación.
 - c. Actualización.
4. Estrategias de email marketing para la fidelización:
 - a. Tipos de contenidos.
 - i. Diseños para superar los filtros antispam.
 - ii. Como crear un diseño efectivo.
 - iii. La importancia de conocer la segmentación de la base de datos para diseñar de forma eficaz.
 - b. Frecuencia.
 - c. Crear un plan de envíos.
5. Plataformas:
 - a. Diferentes plataformas.
 - b. Mail Chimp:
 - i. Diseños de emailing.
 - ii. Ventajas y desventajas.
 - c. Mail Relay:
 - i. Diseños de emailing.
 - ii. Ventajas y desventajas.
 - d. Plataformas de pago:
 - i. Cuándo son necesarias.
 - ii. Principales ventajas.
6. Análisis y medición de resultados.