Omnicanalidad y Estrategia Digital

Conoce las diferentes técnicas que puedes aplicar para desarrollar una experiencia del cliente exitosa.

Descripción

La era digital ha cambiado cómo adquirimos productos y servicios, haciendo crucial para las empresas entender y desarrollar propuestas relevantes para los clientes. Conocer al cliente es esencial en este nuevo contexto.

Este curso busca identificar herramientas del marketing digital que ayuden a la empresa a tener una estrategia centrada en el cliente, permitiendo apoyar a las áreas de marketing, ventas y servicio al cliente, para finalmente lograr los objetivos de atraer, retener y fidelizar constantemente a los clientes.

¿Qué aprenderás?

1. Aprenderá sobre el marketing digital, su importancia y cómo generar experiencias sorprendentes en los clientes.
2. Identificará la estrategia y las herramientas de marketing adecuadas para alcanzar los objetivos de su organización y comprenderá la importancia de romper paradigmas en el enfoque empresarial hacia el cliente.
3. Adquirirá conocimientos sobre las redes sociales, su influencia en el comportamiento de los clientes y audiencias, y el rol crucial de un community manager en una organización.
4. Entenderá cómo funciona la publicidad de Google, la importancia de la visibilidad en los buscadores y cómo medir los resultados obtenidos a través de las redes sociales y plataformas de internet.
5. Aprenderá sobre los distintos tipos de email marketing, la construcción de bases de datos propias y las métricas importantes para analizar la eficiencia de una campaña.

Este curso le proporcionará habilidades concretas y prácticas para mejorar su desempeño profesional. ¡No pierda esta oportunidad y únase a nosotros!

Contenidos del curso

Unidad 1. Introducción al marketing digital enfocado en la experiencia del cliente
Unidad 2. Marca y cliente como centro, en el mismo nivel
Unidad 3. Rol de las Redes Sociales en la generación de los clientes y su experiencia
Unidad 4. Herramientas de marketing digital para fidelizar
Unidad 5. El email marketing, una herramienta que no está en extinción
Unidad 6. El rol de la omnicanalidad en la atracción y fidelización de los clientes

Cuerpo Docente

Maria Carolina Besa Mozo

Ingeniero Comercial, mención Administración, Pontificia Universidad Católica de Chile. Master en marketing digital y comercio electrónico, Universidad de Barcelona, España. Profesora por más de 10 años en la carrera de Administración de Servicios y Diplomado de Experiencia de Clientes en Universidad de Los Andes. Actualmente profesora de Marketing digital y Redes Sociales en Mujeres Empresarias (ASECH). Con experiencia en industrias como la banca y el turismo así como en el emprendimiento. Socia fundadora de agencia y consultoría en marketing CarolaBesa.com