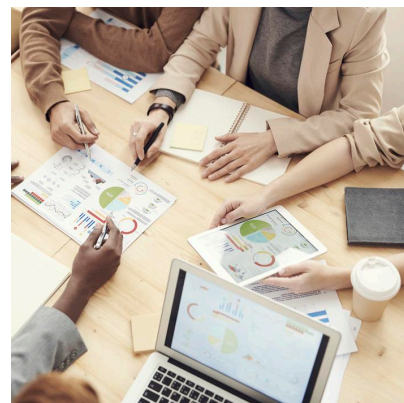








MARKETING EN REDES SOCIALES Y ATENCIÓN AL CLIENTE



	ONLINE		
	Duración: 60 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 60 H
	Familia: COMERCIO Y MARKETING Área: NO PRL		
	Dirigido a: Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presenta o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	Objetivos: Los objetivos que persigue este curso son: Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc. Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0. Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube,). Aplicación de técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral. Características principales que debe cumplir un Community Manager. El cliente, lo más importante. Sin duda, un buen slogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero del dicho al hecho, se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en este curso que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones. Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado.		
	Metodología: Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumno interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así		

desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.



Contenidos:

Atención al cliente

1 Qué significa Servicio al Cliente

2 Tipos de clientes

3 Tipos de servicios

4 Fases del servicio al cliente

5 Fallos en la atención al cliente

6 Cara a cara. Servir con una sonrisa

7 Cara a cara. El cliente difícil

8 La carta Community management

Marketing en las Redes Sociales

1 Consideraciones generales

2 Organización del trabajo en Redes Sociales

3 Medición de la estrategia en Redes Sociales

4 Uso de las principales Redes Sociales

5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales

6 La necesidad de crear un blog

7 Éxito y errores en Social Media

8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media

9 Community manager