

PLAN DE MARKETING E INTERNET PARA CENTROS DE FORMACIÓN

20
HORAS

DESCRIPCIÓN

Este curso aborda de forma específica los distintos aspectos relacionados con la realización de un Plan de Marketing en Internet para centros de formación, desde los estudios previos de la situación del producto o servicio en el mercado hasta la presentación del Plan de Marketing.

Al finalizar el curso, el participante dominará las principales características de marketing online para tomar las decisiones más adecuadas en cada momento, y conocerá los conceptos, estrategias y herramientas fundamentales de Marketing Online que le ayudarán a desarrollar y ampliar su negocio de centro de formación.

OBJETIVOS

Cómo diseñar un Plan de Marketing en Internet para el centro de formación. Estrategias y medios a nuestro alcance en Internet para generar demanda educativa. Cómo crear sitios Web pensados para el cliente del mercado educativo, verdaderamente usables, y analizar sus métricas. Cómo fidelizar y vincular a los clientes a través de Internet. SEO: cómo lograr posicionamiento en Buscadores de manera natural, y SEM: campañas en Adwords. Gestión de la reputación corporativa Online del centro.

CONTENIDOS

UNIDAD 1 - CONCEPTOS DE MARKETING: Diseño del Producto Educativo - Fundamentos del marketing - Marketing mix - Posicionamiento - Autopráctica - Posicionamiento - Autopráctica - mejorar el posicionamiento de una empresa - Ciclo de vida del producto - Tipos de Precios - Política de precios - Autopráctica - Fijación de precios - Investigación de Mercado - Plan de Marketing - Diez Pasos para crear un Plan de Marketing Viable - Marketing educativo - Qué compran los estudiantes - El precio de los productos educativos - Captación eficiente de matriculaciones.

UNIDAD 2 - MARKETING ON LINE, CRM Y TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN: Opciones para Mejorar Nuestro Mensaje de Correo - Posibilidades del marketing online - Principales Herramientas para potenciar el Marketing On Line - Principales Objetivos del Marketing On Line - Blended Marketing - El Plan de E-marketing - Determinación de precios en comercio electrónico - Cobranding y Publicidad en Internet - Marketing Relacional y CRM - Técnicas de Fidelización Online - Webmining - Medición de Audiencias Online - Medición de Audiencias Online en España - Vender educación a través de Internet - Marketing educativo- Enseñar para vender - Autopráctica - Marketing OnLine, CRM y Fidelización.

UNIDAD 3 - PLAN DE COMUNICACIÓN ON LINE: Imagen de Marca en los Centros Educativos - Etapa 1 - Identificar el Público Objetivo - Etapa 2 - Identificar Palabras Clave - Etapa 3 - Publicar Contenidos - Etapa 4 - Potenciar Vínculos - Etapa 5 - Medir Resultados - Elaboración de planes óptimos - La Gestión de la Reputación Online y e-branding - Publicity - Autopráctica - Investigación de mercados - Autopráctica - Plan de Comunicación - Actividad Blog - Plan de Medios.

UNIDAD 4 - HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE: La Web Vendedora - Cómo hacer una campaña publicitaria On Line - Otras Modalidades de Promoción Online - Campañas de video marketing - E-mail Marketing - Personalización de la oferta y Permission marketing - Permission Marketing - Marketing Viral - Marketing de afiliación - Qué es Trade Marketing - Indicadores clave de desempeño (KPI) - Autopráctica - Procedimientos de Captación de Clientes - Autopráctica - Herramientas de Marketing OnLine - Actividad Blog - Idear una Promoción.