



# Introducción al diseño de estrategias de mercadeo interactivo

<b>Código</b>	CCS-MERCMEDIOINT01	<b>Orientación</b>	Ejecución	<b>Fechas</b>	Por definir
<b>Duración</b>	4 horas	<b>Horarios</b>	8:00 am a 12:00 pm	<b>Precio</b>	Consultar
<b>Tipo de curso</b>	Teórico/Práctico	<b>Lugar</b>	Oficinas de DANA (En Caracas) / En su empresa (Sólo en Caracas)		

## Dirigido a

---

Gerentes Mercadeo, Ventas y estrategias que desean comenzar a diseñar y ejecutar estrategias de mercadeo interactivo.

## Estructura del curso

---

Sección teórica (3 horas) y Sección práctica (1 hora)

## Requisitos

---

Estar registrado en **DANA**.

## Objetivo General del curso

---

Aprender los fundamentos de las estrategias de mercadeo interactivo con el fin de diseñar y ejecutar campañas apoyándose en las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones.

## Objetivos Específicos

---

- Aprender los fundamentos de las estrategias de mercadeo interactivo.
- Conocer los nuevos medios para anunciar.
- Conocer a las empresas que compiten por dirigir el futuro de las comunicaciones.
- Conocer las palancas de CRM y la importancia de los estudios de hábitos de consumo.
- Aprender estrategias bases de mercadeo interactivo y ejecutar ejemplos prácticos.
- Conocer casos de estudio de mercadeo interactivo.

## El curso incluye:

---

CD con manuales y presentación, y refrigerio.

### Sección teórica

- **Mercadeo Interactivo**
  - ¿Qué es?
  - Fundamentos
  - Diferencias con las estrategias de mercadeo tradicional
  - Efectividad
  - Medición del retorno sobre la inversión
  - Ejemplos y casos de estudio
- **Medios existentes para construir estrategias de mercadeo interactivo**
- **Futuro de las comunicaciones**
  - Empresas que actualmente compiten por apoderarse de los medios de comunicación del futuro
  - Visión del futuro de las comunicaciones
- **Importancia de los estudios de hábitos de consumo en las estrategias de mercadeo interactivo**
- **Estructura de las estrategias de mercadeo interactivo**
- **Técnicas para captar, desarrollar y fidelizar clientes**
- **Técnicas para recolectar información de los clientes**

### Sección práctica

- **Captación de oportunidades en DANA a través de Google y Facebook.**
- **Captación y desarrollo de clientes a través DANA apoyándose en comunicaciones directas automatizadas (Email, SMS, Llamadas).**
- **Implantación de programa de lealtad utilizando DANA.**