

# Nuevas estrategias comerciales para la captación y fidelización de alumnos

*Modalidad Online*

## Objetivos

---

Realizar el marketing en medios sociales para mejorar su imagen, crear nuevos canales de comunicación, y con vistas al marketing en buscadores.

Facilitar al alumno los conocimientos necesarios para el análisis del mercado y sus componentes, ámbito de acción del marketing a la hora de diseñar estrategias exitosas.

Aprender el comportamiento del consumidor, que responde a un universo de motivaciones y condicionantes personales y externos a la hora de hacer una elección, sobre los que el marketing aspira a influir.

Conocer a los consumidores e identificar todas sus características influyentes como primer paso para poner cualquier producto en el mercado.

Establecer el perfil del cliente deseado para nuestro establecimiento es definir el mercado meta. Poner en marcha un Plan de Marketing que desarrolle las estrategias seleccionadas por la empresa.

Planificar y seleccionar coherentemente las acciones en función del impacto esperado, el público objetivo y los recursos disponibles.

## Metodología

---

El curso se desarrollará mediante el uso de formación online. Dicha formación facilita la flexibilidad horaria, por lo cual el alumno podrá realizar el aprendizaje en función de su disponibilidad.

El alumno dispondrá de un usuario y contraseña de acceso a nuestra plataforma donde podrá consultar los contenidos del curso. Además podrá resolver sus dudas mediante correo electrónico el cual se le facilitará a principio del curso. De este modo mantendrá en el transcurso de la formación una relación con el tutor que le garantizará el máximo rendimiento de sus estudios y una atención personalizada que hace de la experiencia online una oportunidad única de crecimiento didáctico más personal.

## Fase de Formación

---

### Contenido

#### **SMO (Social Media Optimization)**

Captación de Alumnos - Fijación de objetivos

El Origen de los Medios Sociales

Tipos de Medios Sociales

Marketing en Medios Sociales

El Plan de Medios Sociales

Estrategias de Social Media

Campañas en Medios Sociales

Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales

El Crowdsourcing

Medición de Resultados de un Social Media Plan

Autopráctica - Desarrollo del Plan de Medios Social

Analítica Social y Estrategia

Analítica Social y Estrategia - Objetivos

IOR - Impact of Relationship

Los Leads

Claves para cualificar un lead

Conseguir contactos y BBDD para campañas de email marketing y sms marketing

Autopráctica: Análisis de una medición de Social Media

Autopráctica: SMO

Actividad Blog: Plan de Marketing

### **Segmentación del mercado. El mercado objetivo**

Cómo atraer y captar Nuevos Alumnos

Mercados y segmentos

Influyentes en el consumidor

Motivación

Segmentación del mercado

Tipos de Segmentación

Mercado meta

La Promoción de la Oferta Educativa

Mezcla de la comunicación de la oferta educativa

Autopráctica: Orientación del Marketing

Autopráctica: Segmentación

Actividad Blog: Argumentario de Ventas

Actividad Roleplay: La venta de productos de formación a PYMEs

### **Planificación de medios**

Imagen e Identidad

Promoción y Comunicación Mix

Plan de Comunicación

La Marca

Características de la Marca

Publicidad

Las Relaciones Públicas

Marketing de móviles para los Centros de Formación

Utilización de SMS por los Centros de Formación

Uso de SMS en la educación

SMS Marketing Educativo

Utilidad del Email marketing en educación y Centros de Formación

Recomendaciones del Email marketing en educación y Centros de Formación

La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing

Autopráctica: Características de Marca

Actividad Blog: Promocionar tu Centro de Formación

