

Estrategias digitales que funcionan: aprende a atraer, convertir y retener clientes (GD-06)



Este programa formativo te permitirá adquirir los conocimientos necesarios para comprender el comportamiento del consumidor en la era digital y poder diseñar estrategias de marketing digital que te ayuden a atraer convertir, retener y fidelizar clientes.

Este proyecto está financiado por la Unión Europea (fondos del programa Next Generation EU) liderado por la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial (SEDIA) del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, en colaboración con la Fundación EOI F.S.P., cuyo objetivo es la formación en gestión digital para pymes con el fin de mejorar su productividad y sus posibilidades de crecimiento e internacionalización.



MODALIDADES

Este curso está disponible en modalidad Live Training (Virtual EN DIRECTO)

REQUISITOS

- Ser trabajador/a de una pyme española (con número de empleados de 1 a 249)
- Pueden participar en el curso hasta 5 empleados por empresa (CIF)

OBJETIVO

- Comprender cómo ha cambiado el comportamiento del consumidor en la era digital y cómo adaptarse a esos cambios desde la psicología, la neurociencia y la tecnología.
- Aprender a diseñar experiencias significativas en cada punto de contacto con el cliente, desde el producto hasta la relación postventa.
- Desarrollar estrategias de marketing digital específicas para generar tráfico de calidad hacia el negocio, maximizando las oportunidades de atracción de clientes.
- Guiar al cliente de manera eficaz desde el interés inicial hasta la compra, y garantizar una experiencia fluida en todo el proceso de conversión.
- Aplicar estrategias de fidelización para convertir clientes en prescriptores y asegurar su permanencia en el tiempo.

CONTENIDO

Módulo 1: El Cliente en la Nueva Era Digital

1.1. Introducción al entorno digital y la era de la conectividad

1.1.1 Evolución del comportamiento del cliente: de lo físico a lo digital.

1.1.2 La transformación digital y su impacto en las relaciones cliente-empresa.

1.1.3 Adaptación de las PYMEs a los cambios tecnológicos y las expectativas del cliente.

1.2 Psicología de la toma de decisiones: entendiendo a nuestros clientes

1.2.1 Cómo funciona la toma de decisiones del cliente digital

1.2.2 Sesgos cognitivos más relevantes en el marketing digital

1.2.3 Aplicación de principios psicológicos en estrategias digitales para PYMEs

1.3. El Neuromarketing como herramienta de análisis del cliente

1.3.1. Qué es el neuromarketing: relación con los estudios de mercado

1.3.2. Técnicas principales del neuromarketing: qué miden y cómo se utilizan en la investigación del cliente

1.3.3. Aplicaciones del neuromarketing en la investigación de clientes: publicidad, producto, experiencia

1.3.4. Qué puede (y qué no puede) aportar el neuromarketing a una pyme: mitos, limitaciones y oportunidades reales

1.4 Conociendo al cliente en profundidad

1.4.1. Buyer Persona: creación de perfiles detallados y basados en datos reales para PYMEs

1.4.2. Customer Journey Mapping: cómo mapear el recorrido real del cliente digital paso a paso

1.4.3. Introducción al uso de inteligencia artificial para analizar el comportamiento del cliente

1.4.4. Herramientas prácticas para el análisis del cliente: Google Analytics, Hotjar, etc (presentación práctica)

Módulo 2: Experiencia de Cliente y de Producto

2.1 Entendiendo la experiencia de cliente en el entorno digital

2.1.1 Qué es la experiencia de cliente (CX) y su impacto en la fidelización.

2.1.2 Principios de diseño centrado en el usuario (UX) aplicados a pymes.

2.1.3 Cómo identificar los puntos de fricción en el recorrido del cliente.

2.2 Construcción de experiencias de producto memorables

2.2.1 La percepción de valor: qué hace que un cliente elija tu producto.

2.2.2 Psicología de la primera impresión y efecto halo en productos.

2.2.3 Coherencia entre branding, diseño y comunicación del producto.

2.3 Branded Content: Contar historias que construyen marca

2.3.1 Qué es el branded content y cómo se diferencia de la publicidad tradicional

2.3.2 Cómo usar el contenido narrativo para potenciar la experiencia de cliente y producto

2.3.3 Ejemplos de branded content adaptados a PYMEs: formatos, canales y buenas prácticas

Módulo 3. Atrayendo al Cliente: El Proceso de Generación de Tráfico

3.1 Fundamentos de copywriting para atraer clientes

3.1.1 Qué es el copywriting y cómo influye en la atracción digital

3.1.2 Cómo escribir mensajes que captan la atención y generan clics

3.1.3 Estructuras y recursos clave para la atracción: fórmulas de copywriting y creación de embudos

3.2 SEO y SEM: Estrategias de visibilidad para PYMEs

3.2.1 Fundamentos del SEO: cómo optimizar tu sitio web para los motores de búsqueda.

3.2.2 SEM (Google Ads): estrategias para pagar por visibilidad sin arruinar el presupuesto.

3.2.3 Integración de SEO y SEM para mejorar los resultados de búsqueda.

3.3 Redes Sociales como canal de atracción

3.3.1 Estrategias en Facebook, Instagram, LinkedIn y otras redes sociales.

3.3.2 Cómo crear contenido atractivo que aumente la visibilidad y el tráfico.

3.3.3 Publicidad pagada en redes sociales: cómo utilizarla de forma efectiva para atraer clientes.

3.4 Marketing de Contenidos: Atraer y conectar con clientes

3.4.1 Tipos de contenido que generan tráfico (blogs, videos, infografías).

3.4.2 Creación de un plan de marketing de contenidos accesible para PYMEs.

3.4.3 Marketing de influencers y colaboraciones para aumentar el alcance.

Módulo 4: Captando al Cliente: Procesos de Información, Decisión, Compra y Entrega

4.1 El viaje del cliente y la toma de decisiones

4.1.1 Etapas del proceso de compra: atracción, consideración, decisión.

4.1.2 Estrategias para generar confianza en cada etapa.

4.1.3 Introducción al storytelling como herramienta de conexión emocional.

4.2 Tácticas de persuasión y cierre de ventas

4.3 Optimización de la conversión: de visitante a cliente

4.3.1 Cómo mejorar la tasa de conversión en tu web o ecommerce.

4.3.2 Creación de landing pages efectivas y persuasivas.

4.3.3 Uso de testimonios, reseñas y pruebas sociales para incrementar la confianza.

4.4 Neurocopywriting para activar la decisión de compra

4.4.1 Qué es el neurocopywriting: cómo influye en la toma de decisiones del cliente

4.4.2 Principios neuropsicológicos aplicados al proceso de captación

4.4.3 Redacción orientada a la conversión

Módulo 5: Fidelizando al Cliente: El Proceso de Postventa

5.1 La importancia del servicio postventa

5.1.1 Qué es el servicio postventa y cómo influye en la fidelización.

5.1.2 Estrategias para garantizar que el cliente tenga una excelente experiencia después de la compra.

5.1.3 Cómo gestionar problemas y quejas para convertirlos en oportunidades de fidelización.

5.2 Estrategias de fidelización y programas de lealtad para PYMEs

5.2.1 Diseño de programas de fidelización accesibles para pequeñas empresas.

5.2.2 Estrategias para recompensar la lealtad del cliente y fomentar la recompra.

5.2.3 Casos de éxito y ejemplos prácticos de PYMEs.

5.3 Recopilación de feedback y mejora continua

5.3.1 Cómo obtener feedback del cliente a través de encuestas, redes sociales y otras herramientas.

5.3.2 Cómo usar el feedback para mejorar los productos y servicios ofrecidos.

5.3.3 La importancia de la mejora continua en el ciclo de vida del cliente.

DURACIÓN

50 horas en directo + 100 horas de formación complementaria.

¿CÓMO OBTENER LA TITULACIÓN?

- Asistir a un mínimo del 75% de horas de duración de las 50 horas de formación live training, con un porcentaje máximo de 25% de faltas horas justificadas

- Realizar el examen final online a la finalización de cada uno de los 6 módulos del curso
- Entrega del Trabajo final sobre la resolución de casos prácticos

OBSERVACIONES

A mayores, contarás con el apoyo de nuestros docentes expertos para poder poner en práctica los conocimientos. Y durante 2 meses tendrás acceso a la biblioteca virtual de campus AENOR con documentación y normas de referencia, lo que permitirá complementar tu formación con hasta 100 horas más para realizar un caso práctico que aborde todo el temario