

# TELEMARKETING

## Descripción

La red permite que la comunicación rebase barreras económicas y culturales. La ventaja de las TIC frente a los medios de comunicación tradicionales permite emitir y recibir mensajes de forma instantánea, rápida y masiva. El marketing no se ha mantenido indiferente ante los progresos de la comunicación y del comercio.

El desarrollo de las nuevas tecnologías lleva consigo avances en este terreno, como es el caso del telemarketing. El telemarketing hace referencia a una forma de marketing directo, asociado a los elementos de la telecomunicación. Es una herramienta de comunicación contemporánea que trata de conseguir la venta del producto o del servicio. De esta forma se accede a un mercado sin límites, tratando de aumentar las ventas exponencialmente y ofreciendo una atención personalizada.

## Objetivos

- Adquirir los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para crear listas de distribución, captar y fidelizar clientes, etc.
- Utilizar las diversas herramientas informáticas como el mailing y las páginas web.

## Audiencia

Todo público

## Prerrequisitos

No se requiere conocimientos previos

Acceso a internet

**Horas:** 20

## Contenidos:

**Unidad 1:** conceptos básicos de marketing

**Unidad 2:** creación de listas de distribución para la captación de clientes

**Unidad 3:** programas de fidelización de clientes

**Unidad 4:** realización de estudios sobre clientes potenciales

**Unidad 5:** programas de atención al cliente y técnicas de venta

Unidad 6: mailing a través de Internet

Unidad 7: páginas web en internet

Unidad 8: marketing en internet.