

COMM096PO

CUSTOMER EXPERIENCE STRATEGY

ESTRATEGIA DIGITAL
60 HORAS



OBJETIVOS

- Saber definir los objetivos y estrategias para convertirse en empresa digital, innovando en productos y servicios digitales, teniendo en cuenta los cambios producidos en este ámbito, aplicando la metodología, el diseño y las herramientas y operativas de Customer Experience para la implantación del Customer Journey.

100%
ONLINE

ÍNDICE

1. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

- 1.1. Introducción al customer journey
- 1.2. Fases de la experiencia de cliente
- 1.3. Propuestas de mejora
- 1.4. Herramientas para crear un Customer Journey
- 1.5. Tendencias
- 1.6. Introducción al Buyer persona
- 1.7. Cómo crear tu Buyer Persona
- 1.8. Herramientas

2. PLAN DE MARKETING DIGITAL.

- 2.1 Plan de marketing
- 2.2 ¿Qué es el marketing digital?
- 2.3 Estrategias para marketing digital

3. INBOUND MARKETING (EMAIL MARKETING-MARKETING DE CONTENIDOS-BLOGS)

- 3.1. Inbound Marketing VS Marketing de contenidos
- 3.2. Etapas de Inbound
- 3.3. Marketing de permiso
- 3.4. Email Marketing
- 3.5. A/B testing
- 3.6. Qué es y qué aporta un blog
- 3.7. Mi primer blog
- 3.8. Diseño y plantillas
- 3.9. Cómo destacarlo en la web: herramientas
- 3.10. Tipos de estrategia

- 
- 3.11. Newsletter y Blog
 - 3.12. Curación de contenidos
 - 3.13. Storytelling

4. MONITORIZACIÓN Y ESCUCHA ACTIVA

- 4.1. ¿Por qué es importante?
- 4.2. Consejos para realizar escucha activa
- 4.3. Ventajas de la escucha activa
- 4.4. Herramientas de monitorización