

## Curso: CORREO COMO HERRAMIENTA DE VENTA

MAPA INTERACTIVO El correo electr. como herram. de venta



### MATERIAL ALUMN@:

- \* Claves de acceso
- \* Guía de usuario (formato .pdf)
- \* Manual (formato .pdf disponible on line)

### CONTENIDO PLATAFORMA:

- \* Páginas totales: 63
- \* Nº de ejercicios: 9

### OBJETIVOS:

Entender el funcionamiento del correo electrónico tanto a través de la línea telefónica como en las redes locales.

Conocer otros usos del correo electrónico en la web como las Newsletters y las Listas de Distribución.

Comprender que dentro del marco legal es necesario el consentimiento del destinatario para poder realizar una campaña de e-mail marketing (Permission Marketing).

Aprender los aspectos legales vigentes en la actualidad concerniente a la sociedad de la información y la protección de datos.

Conocer los requisitos técnicos necesarios para poner en marcha una campaña de e-mail marketing de permiso.

### CONTENIDOS:

#### 1. INTRODUCCIÓN AL CORREO ELECTRÓNICO COMO HERRAMIENTA DE VENTA

- 1.1. El correo electrónico como nuevo medio de comunicación
- 1.2. Newsletters y Listas de Distribución
- 1.3. Impacto del correo electrónico en la actividad empresarial
- 1.4. El Marketing online, e-mail marketing

#### 2. PERMISSION MARKETING

- 2.1. Concepto y origen del Permission Marketing
- 2.2. Listas opt-in y opt-out
- 2.3. Cómo construir una lista de correo en Permission Marketing
- 2.4. Principios del Permission Marketing

#### 3. ASPECTOS LEGALES

- 3.1. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información
- 3.2. La Ley Orgánica de Protección de Datos
- 3.3. La seguridad de los ficheros que contienen direcciones de correo electrónico
- 3.4. Los responsables del fichero y de seguridad
- 3.5. La cesión o comunicación de direcciones de correo electrónico
- 3.6. Derechos de los titulares de direcciones de correo electrónico
- 3.7. La creación de ficheros de titularidad privada que contengan direcciones de correo electrónico

#### 4. TÉCNICAS Y PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑAS ON-LINE

- 4.1. La planificación
- 4.2. La estrategia
- 4.3. El formato del mensaje
- 4.4. Los elementos de un e-mail
- 4.5. Medición de los resultados

#### 5. REQUISITOS TÉCNICOS

- 5.1. Técnicas para la gestión de campañas de e-mail marketing
- 5.2. Cómo distribuir los mensajes de correo
- 5.3. Software para gestionar campañas