

ONA10225 Estrategias efectivas de e-mail marketing (15 horas)

Objetivos:

Aprender a planificar una campaña de email marketing integrada dentro de su estrategia de Marketing Online.

Conocer los factores clave para diseñar emails totalmente efectivos y analizar los resultados obtenidos en cada envío.

Conocer la normativa que regula las comunicaciones comerciales y los requisitos a los que se debe ajustar este tipo de comunicaciones.

Índice:

ÍNDICE DE CONTENIDOS

- 1.EL EMAIL MARKETING DENTRO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE
 - 1.1.Estrategias de marketing online
 - 1.2.Marketing relacional
 - 1.3.Marketing one to one o micromarketing
 - 1.4.Email marketing
- 2.VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL EMAIL MARKETING
 - 2.1.Ventajas del email marketing
 - 2.2.Desventajas del email marketing
- 3.RECOPIACIÓN DE EMAILS
 - 3.1.Crear una lista
 - 3.2.Explotar una lista interna o propia, con tecnología de un tercero
 - 3.3.Contratar una lista externa
- 4.PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING
 - 4.1.Antes de empezar
 - 4.2.Fases de una campaña de email marketing
 - 4.3.Objetivo de la campaña
 - 4.4.Antes de la campaña
 - 4.5.Elección de la lista
 - 4.6.Segmentación
 - 4.7.Personalización
 - 4.8.Formato, remitente y asunto
 - 4.9.Viralidad
 - 4.10.Los resultados
- 5.PRINCIPALES ELEMENTOS Y TÉCNICAS DE DISEÑO PARA CREAR UN EMAIL EFECTIVO
 - 5.1.Introducción
 - 5.2.Frecuencia de los envíos
 - 5.3.Aspectos a tener en cuenta
 - 5.4.Diseño del email
 - 5.5.Partes del mensaje de correo electrónico
 - 5.6.Recomendaciones finales
- 6.PROTECCIÓN DE DATOS POR INTERNET
 - 6.1.Normativa
 - 6.2.Política de Privacidad
 - 6.3.Responsabilidad de las listas de Datos Personales: listas internas y listas externas

ONA10225 Estrategias efectivas de e-mail marketing (15 horas)

6.4.Sanciones

7.EL FORMATO HTML

7.1.Introducción

7.2.Estructura básica de un documento HTML

7.3.Comandos básicos de HTML

7.4.Editores HTML

8.SPAM, LEGISLACIÓN Y NORMATIVAS DEL EMAIL MARKETING

8.1.Introducción

8.2.Directiva 2002/58, de 12 de julio de 2002, sobre privacidad y las comunicaciones electrónicas

8.3.Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico (LSSICE)

8.3.1.Ámbito de aplicación

8.3.2.Requisitos en las comunicaciones comerciales

8.3.3.Empleo de cookies

8.3.4.Procedimiento de información de cookies

8.3.5.Sistema de información por capas

8.4.Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD)

8.5.Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)

8.6.Ley Orgánica 15/1999 y Norma Primera de la Instrucción 1/2000 de 1 de diciembre de la Agencia Española de Protección de Datos por la que se regula la transferencia internacional de datos

9.ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL EMAIL MARKETING

9.1.Introducción

9.2.Conceptos básicos

10.DIFERENTES HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS ONLINE PARA GESTIONAR CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

10.1.Qué ofrecen

10.2.Algunos ejemplos

11.CASO PRÁCTICO

11.1.Introducción

11.2.Ayuda-Tutorial