



12%

# ESTRATEGIA DE EMAIL MARKETING PARA PYME'S

**Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA**  
Nivel de formación: Tecnólogo

## 01 Presentación



**Código**  
51220023



**Horas**  
48



**Duración**  
1 mes



**Modalidad**  
virtual



## 02 Justificación del programa

El sector empresarial compuesto por las pequeñas y medianas empresas se favorece por el ecosistema digital, conformado por una proporción significativa de canales digitales de comunicación integrados con el proyecto estratégico organizacional. Uno de estos canales es el correo electrónico, que permite una comunicación directa con los clientes, que puede ser masiva, pero que necesita un direccionamiento estratégico para que sea eficiente y eficaz.

El email marketing, concebido como el envío estratégico de correo electrónico para la difusión de mensajes comerciales, puede convertirse en una herramienta fundamental para que la empresa pueda llegar a sus clientes actuales y potenciales, para obtener resultados favorables en posicionamiento y fidelización.

Es por ello que el programa complementario de **Estrategia de email marketing para pyme's** desarrolla una formación que posibilite el aprendizaje de herramientas innovadoras y estratégicas para apoyar el plan de mercadeo de la empresa y, de esta forma, generar buenos resultados en la gestión de bases de datos, organización de clientes, adaptación del portafolio de productos y servicios de la empresa, y propuestas de mejoramiento para la consecución de clientes nuevos. Asimismo, potenciar el uso de plataformas digitales que optimizarán el proceso de comunicación, de venta y comercialización de los productos de la empresa.

## 03 Competencias a desarrollar

260101055 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal.

## 04 Perfil de ingreso

Cumplir con los trámites de ingreso definidos por el centro.

## 05 Requisitos de ingreso

Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportada en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación integradas en ambientes abiertos y pluritecnológicos que, en todo caso, recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.

Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el quehacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:

- El instructor - Tutor.
- El entorno.
- Las TIC.
- El trabajo colaborativo.