

COMM27. Digital Marketing & automation Marketing.

Horas

60

Acerca de este curso

Cod: PSCOMM27

- **1. Digital Marketing & Automation Marketing**
 - **Conocimiento / capacidades cognitivas y prácticas**
 - Aproximación al Search Engine Marketing (SEM), Pay-Per-Click y Adwords.
 - Visión genérica de qué se compone el SEM, cómo realizar una estrategia SEM y cuál es su papel dentro de la estrategia de marketing digital.
 - Concepto de Search Engine Optimization (SEO), sus objetivos, herramientas y estrategias.
 - Tipo de formatos publicitarios que hay en las principales redes sociales.
 - Conocimiento de las bases y herramientas de la analítica web.
 - Bases, herramientas e importancia de la analítica web en la actividad de la empresa y como palanca para la toma de decisiones.
 - Google Analytics: su estructura, métricas básicas, significado e interpretación.
 - Atribución y modelos de dashboards, así como los KPIs para la toma de decisiones.
 - Identificación de los fundamentos de la comunicación en internet.
 - Pasos para elaborar un plan de Social Media correcto y estructurado.
 - Pautas sobre el tipo de comunicación, tono y contenido para los diferentes canales y situaciones.
 - Pasos y estrategias para llevar a buen puerto acciones en Social Media.
 - Consolidación en el proceso de comunicación en internet.
 - Ventajas que tiene el e-mail marketing, así como la necesidad de saber utilizar la herramienta y evitar caer en errores comunes.
 - Diferentes estrategias comerciales que existen y el rol del Marketing Automation en cada una de ellas.
 - Principales herramientas de envío de e-mail marketing.
 - Determinación de la relevancia del CRM y los Funnels de Conversión en la estrategia de marketing digital de la empresa.
 - Valor del CRM para la empresa y la centralización de la relación con el cliente.
 - CRM acorde a la filosofía Lean y Agil, para empezar de forma rápida con nuestras campañas de marketing y focalizarnos en el negocio.
 - Funnel o embudo de conversión y su papel en nuestra estrategia de marketing digital.
 - Acercamiento a los conceptos de Lead Nurturing, Lead Scoring y el Inbound

Marketing.

- Lead Scoring y su importancia en nuestra estrategia de Inbound
 - Marketing y conversión
 - Principios del Inbound Marketing y diferencia con el Outbound Marketing.
 - Ciclo de venta y cierre del Inbound Marketing y entender cómo todas las campañas digitales giran en torno a él.
- **Habilidades de gestión, personales y sociales**
 - Análisis y síntesis en la toma de decisiones en el marketing digital.
 - Uso de metodologías, técnicas y herramientas aplicadas al marketing digital.
 - Capacidad resolutive

¿Qué aprenderás?

- Adquirir una visión integral de los canales y estrategias de Marketing Digital.