

COMM27. Digital Marketing & automation Marketing.

Código del curso: PSCOMM27

Horas: 60

Descripción del curso:

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.