

Diseño de un plan de marketing digital

Código: FSCOM_33

Duración: 40 horas

Objetivos:

- **GENERALES:** Diseñar el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.
- **ESPECÍFICOS:** Preparar un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. –Definir los procesos de posicionamiento y marketing online. – Establecer las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online. – identificar los elementos que configuran el marketing de buscadores. –Evaluar los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad. –Realizar las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red. –Identificar las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital. Realizar acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles..

Contenidos:

- Desarrollo del plan de marketing digital.
- La web como centro de operaciones.
- Plan de comunicación online.
- El comportamiento del cliente online.
- Promoción online y offline de la web.
- Posicionamiento en buscadores. Selección de las palabras clave.
- Herramientas de posicionamiento en buscadores: e-mail marketing, SEM, SEO.
- Campañas en páginas afines. Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural.
- SEO. Cómo alcanzar un buen posicionamiento de pago SEM.
- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- MarketinG de afiliación.
- Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM).
- Cross marketing.
- Marketing viral.
- Marketing one-to-one.

–Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.

–Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros. Sistemas de publicidad poco aconsejables: el spam, publicidad no deseada. La ley contra el spam.