

Programa Avanzado Marketing Cliente Digital (40h)

Objetivos

Aprender a crear estrategias destinadas al cumplimiento del plan de marketing digital establecido por la empresa.

Duración: 40 horas online con una duración de 2 meses en plataforma

Contenidos

UNIDAD	CONTENIDOS
Módulo 1. Social media strategy	<ol style="list-style-type: none">1. Contexto social media2. Redes sociales más utilizadas y datos de uso: Facebook, Instagram, Tik Tok, Pinterest, Youtube, LinkedIn y Snapchat.3. ¿En qué red social es mejor publicar según tu público y tus objetivos?4. Funciones del Community manager5. ¿Qué esperan los usuarios de las redes sociales?6. Estrategia social media en 6 pasos: el contenido más eficaz7. ¿Cómo sabemos si está funcionando la estrategia?8. Tendencias 2021
Módulo 2. Estrategia de contenido digital	<ol style="list-style-type: none">1. El contenido digital: la confianza que otorgan tus acciones2. Marketing de contenidos3. Nuevo escenario: consumidor digital y últimas estrategias4. Plan de marketing: estrategia y táctica5. Medios6. Seguir mejorando

Módulo 3. Estrategias de Inbound y Outbound	<ol style="list-style-type: none">1 Inbound: definición y conceptos2 Por qué Inbound3 Etapas de Inbound Marketing4 Herramientas Inbound5 Marketing de permiso6 Outbound: outbound tradicional vs. outbound 2.07 ¿Por qué outbound?8 Inbound VS Outbound9 Herramientas Outbound
Módulo 4. Branding en redes Sociales	<ol style="list-style-type: none">1. Branding ¿Por qué es importante potenciar mi marca?2. Identidad corporativa3. Comunicación4.4. Las marcas más valiosas del mundo4.5. Posicionamiento y territorio4.6 Requisitos de una marca efectiva4.7 Estrategias: la construcción de una marca
Módulo 5. Monitorización, escucha activa y herramientas de marketing digital	<ol style="list-style-type: none">1 Conversaciones en plataformas digitales2 Acciones en redes sociales: ¿Por qué importa la escucha social?3 ¿Cuál es el mejor momento para publicar?4 Las mejores herramientas de escucha social: Hootsuite, Talkwalker, Google Analytics y Brandwatch5 Herramientas según la red social6 ¿Cómo pueden las marcas amortizar estas herramientas y aumentar su valor a través de redes sociales?7 Twitter: el mejor banco de opiniones8 Calcular el ROI (Return On Investment)9 Caso de éxito10 Profundiza
Módulo 6. Customer Experience	<ol style="list-style-type: none">1 La experiencia de cliente2 El cliente digital3 Dimensiones4 Beneficio5 La experiencia de cliente y la marca

Módulo 7. Social selling

1. ¿Qué es y por qué importa el social selling?
- 2 Estrategias y buenas prácticas
3. Caso de éxito
4. Profundiza

**Módulo 8. CMS Wordpress:
Crea tu propio blog**

- 1 Introducción
- 2 Paneles
- 3 Categorías
- 4 Post
- 5 Menú
- 6 Widgets
- 7 Personalización
- 8 Plugin y formularios
- 9 Redes sociales
- 10 Usuarios

**Módulo 9. Posicionamiento
web**

1. Conceptos clave
2. SEO
3. Keywords
4. Enlaces
5. Elementos
6. Técnicas
- 7 Herramientas
- 8 SEM vs SEO
- 9 SEM
