



## COMM27. Digital Marketing & automation Marketing.

**Sku:** PS\_COMM27

**Horas:** 60

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

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

### CONTENIDOS

- **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 resolutoria