Estrategias de marketing digital

Área: Sin clasificar
Modalidad: Teleformación
Duración: 60 h
Precio: Consultar

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

OBJETIVOS

* Diferenciar los distintos tipos de marketing en internet, tales como el marketing OnetoOne, de permiso, de atracción, de retención y de recomendación.
* Identificar y analizar al usuario para poder adaptar el producto o el servicio.
* Conocer las estrategias CRM y las ventajas del marketing digital.
* Conocer las estrategias de marketing digital y los distintos tipos de comercio electrónico, así como reconocer las herramientas estratégicas que pueden emplearse.
* Identificar las estrategias de posicionamiento SEO y SEM y conocer sus diferencias.
* Conocer las principales redes sociales y estrategias de marketing que se pueden llevar a cabo.
* Analizar las características de las campañas de comunicación y publicidad online para poder adaptarse de forma eficaz a los posibles compradores.

CONTENIDOS

UD1.Introducción al marketing digital en la empresa
1. Conceptualización del Marketing Digital
1.1 Características del marketing digital
2. Formas de Marketing en Internet
2.1 Marketing OnetoOne
2.2 Marketing de permiso
2.3 Marketing de atracción
2.4 Marketing de retención
2.5 Marketing de recomendación
3. El usuario digital
3.1 Comportamiento del usuario en Internet
3.2 Prototipo de comprador
3.3 Hay que pensar como un editor
3.4 Crowdsourcing
4. El contenido
4.1 Técnicas para generar contenido
4.2 Storytelling
4.3 Marketing viral
5. Estrategias de CRM
5.1 Introducción y definición de estrategias de CRM
5.2 Tipos de CRM
5.3 Componentes a considerar en una estrategia de CRM
5.4 Beneficios de la estrategia CRM
5.5 Implantación de CRM
5.5.1 Factores clave de la implantación de CRM

5.5.2 Como asegurar el éxito en la implantación de CRM
5.5.3 Criterios de valoración
6. Ventajas del marketing digital para las empresas
6.1 Marketing tradicionalvs. Marketing digital
6.2 Transformación digital de la empresa
6.3 Objetivos del marketing Digital
6.4 Principales estrategias de Marketing Digital
6.5 Planificación Estratégica
UD2.Análisis y herramientas estratégicas del marketing digital
1. Identificación del público objetivo
1.1 Segmentación
1.2 Requisitos de la segmentación
1.3 Criterios de segmentación
1.4 Métodos de segmentación
1.5 Tipos de estrategias
1.6 Segmentación a través de la comunicación
2. Programas de afiliación
2.1 Éxito de la afiliación
3. Posicionamiento
3.1 SEO
3.2 SEO Vs SEM
3.3 Optimización del sitio web
3.3.1 Elección de keywords
3.3.2 Lista de términos de marketing por encuesta
3.3.3 Lista de términos populares
3.3.4 Otras herramientas
3.4 SEM
3.4.1 La publicidad en buscadores
3.4.2 Anuncios de búsqueda
3.4.3 Tipos de anuncios de búsquedas
3.4.4 Anuncios de texto
3.5 Google Adwords
3.5.1 Cómo funciona Google Adwords
3.5.2 Ventajas de Google Adwords
3.5.3 Posición de los anuncios
4. Métricas y analítica web
4.1 Medición de las visitas
4.2 Google Analytics
5. E-Commerce
5.1 Tipos de comercio electrónico
5.2 Ventajas del comercio electrónico
5.3 Modelos de negocio del e-commerce
5.4 E-procurement
5.5 Gestión logística del modelo de e-commerce
UD3.Marketing y comunicación online
1. Marketing en redes sociales
1.1 Facebook
1.2 Instagram
1.3 Twitter
1.4 Youtube
1.5 Elegir el medio social adecuado
1.6 Sacar el máximo partido a las redes sociales
1.7 La figura del Community Manager
1.7.1 Habilidades, aptitudes y actitudes del community manager
1.7.2 Funciones y objetivos del community manager
2. Campañas de comunicación online
2.1 Características de la campaña de comunicación
2.2 Efectos de una campaña de comunicación en la red

2.3 El briefing publicitario
2.4 Promoción en internet
2.4.1 Motores de búsqueda
2.4.2 Intercambio de enlaces
2.4.3 Estrategias virales
2.4.4 Relaciones Públicas
2.4.5 Medios tradicionales
2.4.6 Publicidad a través de e-mai
l2.4.7 Asociaciones
2.4.8 Publicidad pagada
2.5 La comunicación 360°
2.6 La regla de las 4 F
2.6.1 Flujo de información
2.6.2 Funcionalidad
2.6.3 Feedback
2.6.4 Fidelización
2.7 Reacción y adaptación
3. La Publicidad on-line
3.1 Concepto de publicidad on-line
3.2 Formas de publicidad on-line
3.3 Formas publicitarias on-line no convencionales
3.4 Tarifas de publicidad on-line
3.4.1 Precios de los medios publicitarios
3.4.2 Banners
3.5 Eficacia publicitaria
3.5.1. Medición de la eficacia publicitaria en internet
3.6 Tendencias de publicidad on-line
3.6.1 El futuro de la publicidad on-line