

Inbound Marketing

Código: INBMARK-001

Propuesta de Valor: MARKETING DIGITAL

Duración: 24 Horas



Este curso de Inbound Marketing está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de las 24 horas de información, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y grupal.

También trata en profundidad todas las áreas operacionales de la empresa y está diseñado para formar a directivos que entiendan la dirección de marketing desde una perspectiva estratégica e innovadora.

El curso entiende tus necesidades y las de tu empresa, mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias y apoyado por la mejor metodología educativa para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

AUDIENCIA

- Este curso de Inbound Marketing es ideal para estudiantes como también para profesionales del área comercial y de marketing que quieren actualizar o aprender a crear una estrategia desde cero, para descubrir nuevas formas de vender, entender el mercado digital, desarrollar técnicas para fidelizar a los clientes y dirigir equipos de venta en entornos online, así como avanzar en su carrera profesional.

PRE REQUISITOS

- No hay requisitos previos.

OBJETIVOS

- Objetivo general:
 - Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional, ayudándote a conseguir el éxito.
- Objetivos específicos:
 - Desarrollar técnicas y estrategias en el entorno digital asociado al marketing, las ventas y la comunicación.
 - Establecer canales de captación, atracción y fidelización de usuarios.
 - Identificar las nuevas herramientas digitales para adquirir clientes y reforzar su marca.
 - Entender el nuevo paradigma de comunicación digital.
 - Desarrollar un plan de marketing digital sólido y completo para la organización.

CERTIFICACIÓN DISPONIBLE

- Certificado emitido por COGNOS.

CONTENIDO

1. ASPECTOS BÁSICOS DEL INBOUND MARKETING.

- 1.1. DEFINICIÓN DEL INBOUND MARKETING.
- 1.2. INBOUND MARKETING EFECTIVO.
- 1.3. BENEFICIOS DEL INBOUND MARKETING.
- 1.4. MEDIR EL ÉXITO DE INBOUND MARKETING.
- 1.5. CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS A LARGO PLAZO.
- 1.6. CÓMO CREAR PUBLICACIONES PARA EL BLOG.
- 1.7. CÓMO CREAR CONJUNTOS DE TEMAS Y PÁGINAS PILARES.
- 1.8. ASPECTOS BÁSICOS DE LA PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES.

2. CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA CON EL MARKETING CONVERSACIONAL.

- 2.1. ESTRATEGIAS DE CONVERSIÓN.
- 2.2. ASPECTOS BÁSICOS DE LA NUTRICIÓN DE LEADS.
- 2.3. CÓMO ALINEAR A LOS EQUIPOS DE MARKETING Y VENTA.
- 2.4. CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING ORIENTADA AL CLIENTE.

3. INBOUND MARKETING VS OUTBOUND MARKETING

- 3.1. PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA
- 3.2. REDES SOCIALES EN LA ESTRATEGIA INBOUND MARKETING

4. FUNDAMENTOS DEL INBOUND MARKETING

- 4.1. CONOCIENDO A TU CLIENTE
- 4.2. CREACIÓN DE CONTENIDO PARA EL VIAJE DEL COMPRADOR
- 4.3. DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO
- 4.4. COMPRENSIÓN DEL MARKETING CONDUCTUAL Y EL CLIENTE

5. SEGMENTACIÓN

- 5.1. MAXIMIZAR EL ROI CON LA ATRIBUCIÓN DE MARKETING Y EXPERIMENTACIÓN

5.2. UTILIZANDO LA AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

5.3. PRACTICA IMPLEMENTARÍA DEL MARKETING Y YA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

★ BENEFICIOS

- Identificar las nuevas herramientas digitales para adquirir clientes y reforzar su marca.
- Automatizar tus procesos de marketing y ventas en un solo lugar.
- Desarrollar un plan de marketing digital sólido y completo para la organización.
- Desarrollar técnicas y estrategias en el entorno digital asociado al marketing, las ventas y la comunicación.