

Programa de Marketing Estratégico Digital

Contenidos detallados:

Módulo 1: Introducción al Marketing Estratégico y Planificación de la marca en el entorno digital

Contenido

- Aspectos centrales del marketing estratégico. 2 conceptos clave: marca y posicionamiento, desde un enfoque semiótico y comunicacional. El concepto de Alignment comunicacional.
- Las personas en el centro de la estrategia. Quiénes son los usuarios. Perfiles de usuario y segmentos, con un enfoque UX.
- El negocio y su diferenciación. Propuesta de valor. Posición competitiva.
- Contexto y definiciones estratégicas. Tendencias.
- Planeamiento estratégico. Claves a tener en cuenta en la implementación.

Aprendizajes esperados (conocimientos)

- ¿Cuáles son los elementos centrales del Marketing Estratégico?
- ¿Qué significa tener una marca?
- ¿Qué es el posicionamiento y cómo poder trabajarlo en decisiones cotidianas?
- ¿Cómo influye el contexto en mi estrategia?

Aprendizajes esperados (herramientas)

- Metodología de planeamiento de marketing estratégico.

Módulo 2: Primeros pasos para digitalizar tu negocio

Contenido

Parte I: El sitio web como puerta de entrada a tu negocio

- Rol de la página web en la estrategia digital. Interrelación entre medios de comunicación propios, pagos y ganados (“gente hablando de mi negocio” en la web).
- Modelos de negocios digitales.
- Elaboración de un brief a diseñadores y programadores para la construcción del sitio web propio, con el objetivo de brindar una excelente experiencia de usuario.
- Concepto y correcta utilización del E-Commerce. La omnicanalidad. Opciones para ventas online: Google Mi Negocio, Mercado Shops y Tienda Nube.
- Generación de ganancias a través de publicidad insertada en la web con Google AdSense.
- Posicionamiento en motores de búsqueda como Google. Search Engine Marketing (SEM) y Search Engine Optimization (SEO).
- Google AdWords como herramienta para hacer publicidad online y mejorar mi posicionamiento orgánico.
- Crecimiento del negocio digital a partir de innovación incremental. Concepto de Minimum Viable Product (MVPs o Producto Viable Mínimo) y su relación con metodologías ágiles.

Parte II: Métricas para analizar el éxito de la estrategia digital

- Definición de Key Performance Indicators o KPIs (indicadores clave de rendimiento) y seguimiento de las principales métricas para la toma de decisiones.
- Relación entre KPIs, MVPs y user stories.
- Google Analytics como herramienta para medir la performance de mi página web y campañas en Google AdWords.
- Certificación en el uso de Google Analytics a través de la Google Analytics Academy.

Aprendizajes esperados (conocimientos)

- ¿Por qué es importante la página web dentro de mi estrategia de marketing digital?
- ¿Cómo construir mi página web? ¿Qué debo tener en cuenta a la hora de contratar a un profesional para que la construya?
- ¿Cuándo y cómo utilizar plataformas de ventas online (e-commerce)?
- ¿Cómo generar ganancias a través de publicidad en mi sitio web?
- ¿Cómo hacer para que mi sitio aparezca en las búsquedas de Google?
- ¿Cómo medir el éxito de mi estrategia digital?

Aprendizajes esperados (herramientas)

- Metodologías para definir la evolución del sitio web.
- Sitios para crear tu propia web:
 - Google Mi Negocio: plataforma para crear tu propia web en Google para pequeñas y medianas empresas.
 - Mercado Shops: ventas a través de Mercado Libre
 - Tienda Nube
- Entorno Google para potenciar tu estrategia digital:
 - Google AdSense: publicidad insertada en tu sitio web.
 - Google AdWords: cómo hacer publicidad en Google.
 - Google Analytics: métricas para medir el rendimiento.

Módulo 3: Social Media Marketing

Contenido

Parte I: Introducción a Social Media Marketing

- Definición de Social Media Marketing y el rol dentro del mix de medios.
- Principales redes sociales. Ventajas y desventajas.
- Identificación del *Consumer journey* & objetivos de negocio.
- Vínculo entre la estrategia de segmentación y la creación de audiencias.
- Estructura óptima de campañas.
- Métricas para medir la performance en Social Media.

Parte II: Herramientas para lograr el éxito de tu negocio en Social Media

- Generación de contenido de marca y el uso de *Storytelling* como factor de éxito.
- Comportamientos contagiosos de los usuarios a través del uso de Marketing Viral.
- Potenciar conversiones a ventas, tanto offline como online, a través de Social Media.
- Creación y amplificación de contenido a través de Marketing de Influencers.

- Aplicaciones de mensajería para utilizar a lo largo del proceso de compra.
- Confección brief a agencias, diseñadores y generadores de contenido.
- Community Management, moderación de Social Media.
- Uso de Ads Manager para gestionar campañas en Facebook e Instagram.
- Medición de performance digital y retorno de la inversión en Social Media.

Aprendizajes esperados (conocimientos)

- ¿Por qué son importante las redes sociales dentro de mi estrategia de marketing?
- ¿Cómo construir una estrategia de social media? ¿Qué debo tener en cuenta a la hora de contratar a un profesional para que modere/genere contenido?
- ¿Cómo generar una presencia de marca relevante en social media?
- ¿Cómo puedo generar ventas a través de redes sociales?
- ¿Cómo medir el éxito de mi estrategia digital en social media?

Aprendizajes esperados (herramientas)

- Metodologías para definir estrategias óptimas de campañas.
- Uso de la herramienta de Facebook Ads Manager.