

Certificación en Marketing Digital para los Negocios



**17, 24 de
noviembre, 2 y 9 de
diciembre de 2020**

Certificación en Marketing Digital para los Negocios

Objetivos

- La interrelación entre medios pagados, propios y ganados.
- Cambio del consumidor y cómo está alterando las comunicaciones de marca.
- Marketing de contenido y cómo se puede distribuir el contenido entre los activos de medios digitales y propiedad de la empresa.
- El valor de los medios ganados que interesan a su audiencia.

Únase a nosotros y aprenderá nuevas estrategias de marketing digital, para ayudar a que sus campañas de correo electrónico, redes sociales y publicidad pagada sean más eficaces.

Dirigido a: personas con un nivel básico a intermedio en el mercadeo de negocios, que estén buscando construir sus conocimientos en marketing digital, o para reforzar lo que ya saben a través de las mejores prácticas de la industria.

Descripción

La tecnología digital ha evolucionado rápidamente en la última década, al igual que la forma en que las personas se comunican. Las empresas ya no pueden confiar únicamente en los modelos comerciales tradicionales para crear conciencia de marca.

En el mundo hiperconsciente e interconectado de hoy, el conocimiento de la marca y el compromiso con la marca son sinónimos. Estamos en la era del compromiso de la marca digital, donde las marcas necesitan participar e inspirar una conversación bidireccional con sus consumidores.

Este curso le enseñará sobre el cambio y la transformación digital y cómo ha alterado la forma en que las marcas se comunican con sus audiencias. Aprenderá sobre los desafíos de administrar una marca digital y cómo el contenido rico y atractivo, combinado con la distribución digital, es integral para el compromiso de la marca.

Día 1

DIGITAL BRANDING, ENGAGEMENT AND DIGITAL COMMUNITIES

Consumidor Digital

En este modulo aprenderás:

- Comparar y contrastar el control del comercializador con el control del consumidor.
- Examinar el empoderamiento del consumidor.
- Explorar la participación y el compromiso de los consumidores.

Marketing de contenido

En este modulo aprenderás:

- Examinar el marketing de contenidos y determinar su valor.
- Explorar diferentes estrategias para la distribución de contenido.
- Identificar algunos de los desafíos asociados con el marketing de contenidos.

Certificación en Marketing Digital para los Negocios

Temas del curso

Día 2

Activos de medios propios (Owned Media Assets)

En este modulo aprenderás:

- Explorar el concepto de medios propios y su importancia para las marcas.
- Investigar el impacto en la toma de decisiones de los medios propios.
- Examinar una variedad de activos de medios propios y determinar su valor

Medios ganados (Earned Media)

En este modulo aprenderás:

- Investigar el compromiso de la marca y su importancia
- Examinar y evaluar la variedad de plataformas de participación.
- Explorar las estrategias para dar forma a los medios ganados
- Profundizar en el Email marketing
- El enfoque de las Redes sociales en los negocios.
 - Identificar diferentes niveles de participación.

Día 3

LA POTENCIA DE EMAIL MARKETING: OFRECE INTEGRACIÓN CON REDES SOCIALES

Descripción

Analizaremos la importancia y la eficacia de por qué el email marketing, con la participación de los medios de comunicación social, pueden impulsar la acción y las mejores prácticas, logrando resultados importantes en las campañas. En el centro de comercialización de pequeñas empresas son las campañas las que impulsan la acción - las actividades de marketing que ayudan a una empresa u organización para alcanzar sus metas y objetivos. Los Boletines y los avisos se han convertido en un componente esencial de esas opciones de campaña. El correo electrónico se ha convertido en una pieza importante, como parte integral de los esfuerzos de comunicación de las empresas y organizaciones sin ánimo de lucro; para conectarse de manera eficiente con los clientes y miembros de estas.

En esta sesión se revelan mejores prácticas y consideraciones para las empresas que se encuentran en la búsqueda de boletines de noticias y comunicaciones de correo electrónico más eficaces.

Las bases del email marketing

- Herramientas para optimizar el tiempo
- Recursos
- Consejos y tips
- Contenido de participación
- Resultados reales

Objetivos:

- Desarrollarán plantillas maestras para aumentar sus resultados y reducir el tiempo en cada campaña.
- Aprenderá a capturar público de la forma correcta usando la regla 80/20
- Identificará las mejores prácticas y reglas básicas para crear contenido atractivo y convincente, con el que podrá aumentar sus clientes.
- Utilizarán las mejores prácticas en los correos electrónicos para que no se conviertan en correos spam.

Los asistentes aprenderán:

- Crear plantillas maestras
- Aplicar imagen corporativa a su correo electrónico
- Ampliar su alcance
- Conocerá las reglas básicas para crear contenidos.
- Y desarrollará las tres mejores prácticas principales para crear contenidos fáciles y atractivos.

- Qué es una campaña, los tipos de boletines de noticias
- Lo que hay que escribir en su boletín de noticias o anuncio y la forma de considerar el uso de imágenes
- Las mejores prácticas para la Línea de asunto, y cuándo enviar su boletín de noticias
- La importancia de comprender cómo conectar el correo electrónico.
- Qué tipos de herramientas adicionales podrían ser útiles
- Mejores prácticas que empresas como Coca Cola, Disney, Go Pro, Red Bull y Apple, utilizan para conectarse con sus clientes.

Día 4

REDES SOCIALES 101 - ENFOCADAS EN LOS NEGOCIOS

¿Ha estado pensando en el mercadeo de su negocio con los medios y las redes sociales, pero se siente abrumado y no sabe cómo empezar? O tal vez usted no está convencido de que funciona?. Este curso le ayudará a empezar a pensar acerca del uso del mercadeo en redes sociales para su negocio, le mostrará el valor de usar los medios sociales para llegar a sus clientes, cómo se puede conseguir nuevos clientes y como hacer más negocios con sus clientes actuales.

Vamos a dar un vistazo a las 5 redes sociales más populares: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram y Pinterest, las cuales permitirán ayudarle a decidir lo que es correcto para su negocio. También vamos a ver lo que viene después: cómo y qué escribir en los medios sociales.

Los asistentes aprenderán:

- Por qué el 87% de las pequeñas empresas están utilizando las redes sociales para promover su negocio?
- ¿Por qué sus clientes potenciales también están utilizando los medios sociales para ayudar a tomar decisiones de compra o la sensibilización de las organizaciones sin ánimo de lucro?
- El ciclo de *Mercadeo de Compromiso (Engagement Marketing)* y el papel que desempeña en la comercialización de la empresa.
- La información básica sobre las 5 redes sociales más populares: *Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram y Pinterest.*
- Qué tipo de contenido publicar en las redes sociales.
- Cómo planificar los contenidos con calendario de publicaciones.
- ¿Cómo empezar con el mercadeo en redes sociales creando una página de Facebook.
- Por qué las redes sociales y el email marketing tienen que estar acoplados.

Certificación en Marketing Digital para los Negocios

Perfil Conferencista

Ingeniero de Sistemas Bilingüe, Magíster en Administración de Empresas (MBA) con Certificación MASTER CERTIFIED en DIGITAL MARKETING. En los últimos años ha sido Director de eBusiness de NWGUSA.

Con amplia experiencia en Docencia Universitaria. Ha sido docente Universitario en Diplomados y Especializaciones en la Universidad EAFIT, USABU y en USA en el Valencia Community College y Florida Atlantic University.

Estudió en Microsoft Corporation en Redmond, WA USA y más adelante trabajó como programador web en PGA (Professional Golf Association) donde realizó una plataforma web para vender membresías de PGA. Hoy en día, esta plataforma tiene más de 12 millones de usuarios activos.

También trabajó en el área de Mercadeo y Tecnología del OCVB (Orlando, Orange Conventions and Visitor Bureau) Haciendo el mercadeo a la ciudad de Orlando la cual recibe más de 50 millones de turistas al año. Las estrategias implementadas le ayudaron a la ciudad de Orlando a alcanzar la primera posición en destinos turísticos por encima de New York y Chicago.



Jimmy Ortegón

