



Cómo diseñar un plan de marketing digital

Análisis, planteamiento y seguimiento de la estrategia on-line

Objetivos:

Crear un plan de marketing digital es el primer paso para apoyarte en los medios digitales para conseguir tus objetivos empresariales. En este curso sentaremos las bases de cómo elaborar un plan de marketing en el entorno digital que nos permita marcar un camino claro, con objetivos específicos y medición de resultados y repasaremos todas las herramientas estratégicas on-line que podemos poner a trabajar para el cumplimiento de dichos objetivos. Todo ello acompañado de ejemplos y casos prácticos que nos ayuden a visualizar cómo conseguir nuestro propio éxito.

Propuesta de programa (10 HORAS):

1. PUNTO DE PARTIDA

- El ecosistema digital y sus particularidades
- Análisis de la situación de partida de la empresa y marca
- Análisis de público objetivo on-line
- Definición de objetivos SMART
- Planteamiento de estrategia on-line
- Definición de tácticas y seguimiento de KPIs

2. PRINCIPALES HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL

- Medios propios, ganados y pagados
- Posicionamiento en buscadores: SEO
- Marketing en buscadores: SEM
- E-mail marketing
- Social media
- Publicidad display
- WOM marketing
- Aplicando las herramientas al Inbound Marketing

3. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y CONTROL

- Métricas vs KPIs
- KPIs digitales: qué medir para valorar tu éxito

Propuesta



- Social Media Roi: el retorno digital
- La monitorización de resultados como clave del éxito digital

Metodología

10 horas de teoría con un enfoque práctico en que el que veremos muchos casos prácticos de ejemplo.

Destinatarios

Profesionales cuya actividad profesional esté ligada a la presencia digital de su empresa, marca, o perfil profesional, tanto desde el punto de vista de la comunicación como del marketing, y adaptados al trabajo dentro del entorno on-line. Son recomendables, por tanto, conocimientos de las plataformas digitales y redes sociales a nivel usuario, y estar familiarizados con conceptos básicos de marketing y estrategia.

Profesor

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla. Anteriormente, directora creativa en agencias españolas dedicadas al marketing on-line o al marketing below the line. Desde el 2009, directora creativa y socia fundadora de Úbica Below, agencia especialista en marketing y comunicación digital. Profesora y ponente desde hace 15 años en cursos especializados de esta materia para diferentes entidades.