



Salomonica Technologies SL
Tel. +34 932049990
Fax. +34 932038647
C/ Santa Magdalena Sofia, 12
08034 Barcelona (Barcelona) SPAIN
www.CustomerHunt.net

CURSO AVANZADO DE **MARKETING ONLINE**

CURSO AVANZADO DE MARKETING ONLINE

TEMARIO DEL CURSO

1 Introducción al Marketing Online

- 1.1 Internet como nuevo canal de captación de clientes, generación de ventas y fidelización
- 1.2 Diferencias entre la publicidad y promoción offline Vs. online

2 Tipos de publicidad en Internet

- 2.1 Formatos publicitarios: formatos rich-media, vídeo, sms...
- 2.2 Modelos publicitarios y pricing: cpm, cpc, cpl, cpa
- 2.3 Soportes y medios publicitarios online: web, eMail Marketing, redes de afiliación, etc...

3 La campaña publicitaria

- 3.1. Los actores de la publicidad en Internet: anunciantes, agencias, soportes, redes...
- 3.2 Ojetivos de la campaña: *Branding vs Acquisition*
- 3.3. El mensaje publicitario
- 3.4 El mercado online, la demanda, la estacionalidad: criterios de segmentación
- 3.5 El presupuesto
- 3.6 Estrategias publicitarias en Internet
- 3.7 Ejecución y evaluación de la campaña

4 El Search Engine Marketing (SEM)

- 4.1 Introducción al marketing en buscadores
- 4.2 AdWords de Google
- 4.3 Otras herramientas de gestión publicitaria

5 Posicionamiento Web - Search Engine Optimization (SEO)

- 5.1 Introducción al posicionamiento en Internet
- 5.2 Optimización de páginas web para posicionamiento y conversión
- 5.3 Identificación y análisis de palabras clave: trabajar bien las palabras clave par aumentar visibilidad y conversión

6 Evaluación y seguimiento de resultados

- 6.1 Principales KPI (Key Performance Indicators) en Internet
- 6.2 Herramientas de seguimiento y análisis: Google Analytics, StatCounter...
- 6.3 Análisis de resultados

7. El medio audiovisual en Internet

- 7.1 El vídeo online: YouTube y sus posibilidades
- 7.2 Estrategias de marketing en el uso del vídeo online

8. Las Redes Sociales y las herramientas web 2.0

8.1 Las Redes Sociales y las herramientas 2.0 y el nuevo paradigma de participación y comunicación online. Su impacto en el marketing y la empresa.

8.3 El Social Media Marketing: el marketing viral, buzz marketing, el WOMM...

8.4 Los soportes sociales: blogs, fórums, redes sociales , microblogging, webs 2.0, portals de opinión, etc...

8.5 La Gestión de la Reputación Online: la gestión de la imagen personal y corporativa online

8.6 Herramientas de identificación y seguimiento de la marca y el mensaje en Internet

8.7 La publicidad en las redes sociales (donde, cómo y para qué utilizarla)

9. Otros modelos y estrategias para la captación de clientes, promoción y fidelización online

9.1 El Advergaming y los vídeos interactivos

9.2 Las landing pages y los microsites

9.2 El Crowdsourcing: fidelizar y agregar valor mediante la participación activa del cliente o el usuario

10 Conclusión y perspectivas de futuro (tendencias)

10.1 Repaso de las últimas tendencias y conclusiones de expertos a nivel mundial sobre la evolución del marketing online e Internet en general (redes sociales, comportamiento usuarios, buscadores...)

Ficha técnica del curso

Duración del Curso: 8h, de 10h-14h y de 15h-19h

Precio: 800€ + IVA/persona

Plazas: Máx. 10 personas por sesión

Objetivo del curso: Poner al día con los últimos conocimientos en marketing online a los responsables de los departamentos de marketing, publicidad, comunicación, comercial o Internet de las empresas con el fin de que puedan incrementar su negocio online mediante la captación de más clientes y la fidelización de los ya existentes, así como optimizar y sacar el máximo partido a su presupuesto de marketing online obteniendo el máximo ROI posible.

Habilidades

Algunas de las **habilidades** que pretende transmitir este curso son:

- Saber utilizar de forma óptima Adwords
- Saber utilizar de forma óptima Google Analytics
- Saber decidir qué tipo de publicidad es la más adecuada en cada momento
- Saber negociar el modelo promocional y el precio a pagar
- Saber decidir la mejor estrategia de marketing según el objetivo
- Saber decidir el mejor soporte o canal (buscadores, redes sociales, etc...)
- Saber identificar los nichos de mercado, demanda y tendencias
- Saber controlar y seguir a la competencia online
- Saber optimizar la página web para mejorar la conversión a venta, captación de cliente/usuario o fidelización del mismo
- Saber interpretar y realizar informes de control del gasto, retorno de la inversión y evolución de la página web (estadísticas e indicadores)
- Saber identificar y gestionar problemas de reputación online que afectan a la imagen de la empresa
- Saber optimizar la web para posicionamiento en buscadores
- Saber decidir sobre el uso y participación de la empresa en las Redes Sociales y la web 2.0

Metodología

La metodología del curso consiste en una sesión de una jornada de 8h, con descansos cada hora y media, donde se combina teoría y práctica. Se trata, pero, de un curso eminentemente práctico con ejemplos online de casos y con el uso en directo de las herramientas/software sobre las que se habla (AdWords, Analytics, etc...).