

MARKETING ONLINE

OBJETIVO DEL CURSO

El objetivo principal es integrar en la estrategia de la empresa herramientas útiles para el análisis de mercados y apertura de mercado a través de estrategias online.

Entre los objetivos concretos se pueden detallar:

- Detectar las oportunidades de negocio relacionadas con las actividades de la empresa
- Dar datos para la toma de decisiones para establecer estrategias
- Integrar la investigación de mercados online en el plan comercial de la empresa
- Establecer e implementar una estrategia comercial mediante el canal online

DURACION

Fechas: 8 al 12 de mayo de 2017
Horario: 16.00 a 20.00 horas
Lugar: C2B – Pérez Galdós, 22 bajo; 48010 Bilbao
Duración: 20 horas

DIRIGIDO A

Jóvenes desempleadas/os de hasta 30 años, con titulación de formación profesional de grado medio o superior, o bien universitaria con el grado finalizado.

PROGRAMA

1) Introducción al marketing 2.0. Un enfoque práctico de marketing

- Teorema de Long Tail. No todo es la cantidad.
- Manifiesto “Clue Train”. Tendencias de los clientes.
- Marketing Viral. Ejemplos y resultados a bajo coste.
- Marketing por resultados. La venta importa.
- Gestión de marca 2.0. El concepto de marca ha cambiado.
- Introducción a las Redes Sociales como herramienta de venta.

2) El mundo web 2.0 generador de oportunidades

- Uso de herramientas abiertas para la detección de oportunidades.
- Análisis de mercados de interés para nuestra marca.
- Ejemplos prácticos
- Conocer las tendencias y necesidades de nuestros clientes.
- Estudio de nuestra competencia mediante la web 2.0.
- Idiomas una oportunidad más que una debilidad, cómo superar el desconocimiento del idioma del cliente.

3) Como posicionar nuestra marca mediante los buscadores (Posicionamiento Web)

- Mapa de los buscadores a nivel Mundial.
- La hegemonía de Google y las oportunidades locales desconocidas.
- Funcionamiento de los buscadores y cómo entender sus criterios.
- Posicionamiento en distintos países con distintos métodos sencillos.
- Estrategias para posicionarnos delante de nuestra competencia en el mercado elegido.

4) Introducción a las campañas publicitarias

- Adwords, FacebookAds y LinkedIn.
- Campañas de publicidad en internet, un coste bajo de gran eficacia.
- Cómo conocer donde está nuestro cliente mediante la publicidad.
- Comparativa y puesta en marcha de campañas de publicidad exitosa.
- Medición de resultados y optimización de campañas.

5) Introducción a Redes Sociales: Social Media, Herramientas, Métodos y Conceptos

- Mapa de las redes sociales en internet por países. Facebook, Youtube, Twitter y LinkedIn.
- Redes sociales generales versus redes sociales verticales. No todo es Facebook.
- Gestión y estrategia óptima de la empresa en las redes sociales.
- Apertura de perfiles en redes sociales y gestión de la marca.
- Los blogs, gestión y definición de la estrategia, corporativo o de producto.

6) Puesta en práctica de un plan de marketing online (comunicación y publicidad)

- Estudio de los mercados de interés.
- Definición, objetivos y puesta en marcha de un plan de marketing real.
- Perfiles sociales y blogs, herramientas conjuntas para vender nuestros productos.
- Herramientas para la optimización de la productividad. Hacer más en menos tiempo.