MÁSTER MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES ONLINE (2023)

DURACIÓN: 180 Horas

Modalidad: Online Teleformación

Público:

Todas las personas y profesionales que deseen conocer las estrategias digitales adecuadas para hacer crecer un negocio utilizando el marketing digital, y conseguir clientes en la sociedad actual que vive en medios online.

- Estudiantes que quieran buscar una especialización adaptada al mundo digital que nos rodea que les permita adquirir habilidades para afrontar un mercado laboral desde el emprendimiento, o trabajar para otros aportando un valor real a las empresas, lejos de otras formaciones tradicionales alejadas de la realidad de los negocios hoy en día.
- Profesionales de cualquier materia, que busquen reorientar su carrera profesional hacia los Negocios Digitales, conociendo las herramientas necesarias para captar clientes.
- Profesionales del Marketing, comunicación, emprendedores, empresarios o directivos de empresas o negocios de cualquier tamaño, que quieran adquirir nuevas competencias digitales para captar clientes en el mundo digital.

Objetivos:

En este máster, tendrás la oportunidad de dominar todos los canales, métricas, herramientas y metodologías del marketing digital, guiado por reconocidos expertos en la materia.

- Crear tu propio plan de marketing digital.
- Hacer una web tú mismo y una tienda online sin conocimientos técnicos.
- Crear contenidos efectivos para las redes sociales.
- Posicionar tu web en Google.
- Crear tus primeros embudos automatizados de venta.
- Hacer campañas completas de publicidad en Facebook, Instagram, YouTube, Google y Linkedin.
- Manejar más de 40 herramientas de marketing digital… y mucho más

TEMARIO

Bienvenida The Digital Marketing Master

- Te damos la bienvenida al Digital Marketing Master
- Tutorial de uso de la plataforma de formación

Plan de Marketing Digital

- Información contextual del negocio
- Qué ha pasado en los negocios
- El cliente de hoy no quiere lo de ayer
- Libro 10 Business Factors
- Información Inicial para la estructura de trabajo en marketing
- Objetivos principales de una estrategia de Marketing Digital
- Buenas y malas prácticas en Internet
- Cómo estructurar un departamento de marketing para ser exitoso a largo plazo
- Qué es un plan de Marketing Digital
- Fase inicial de un plan de Marketing Digital (I)
- Fase inicial de un plan de Marketing Digital (II)
- Análisis de tu negocio o proyecto (I)
- Análisis de tu negocio o proyecto (II)
- Importancia del análisis DAFO para poder crecer
- Caso práctico real: Negocio de nueva creación
- Entrevista Antonio Cantalapiedra (Ex-CEO MyTaxi y Fundador y Presidente Ejecutivo de Woonivers)
- Herramienta de Juan Merodio para hacer análisis de la situación del marketing digital de una empresa
- RECURSOS EXTRAS: Guion Plan de marketing digital.pdf
- RECURSOS EXTRA: Documento para solicitar a un cliente datos y acceso a sus herramientas digitales
- RECURSOS EXTRA: Plantilla para contrato de confidencialidad de datos y contrato de prestación de servicios

Web y Contenidos en el Negocio

- Evolución de la web
- Cómo hacer una web directamente con Leadpages
- Web 3.0: Cómo personalizar los contenidos a tus clientes
- Usos que le puedes dar a la personalización web
- Ejemplo real de lanzamiento de proyecto web y primeros resultados
- Diseño web emocional
- Pasos para definir el briefing de la web
- Qué es el content marketing

- Cómo podemos definir una estrategia de contenidos
- Plantilla del Potencial Cliente (Buyer persona)
- Plantillas para estrategias de contenidos
- Midiendo resultados en content marketing
- Ejemplos de contenidos creativos y eficaces
- Qué es el marketing de contexto
- Casos de buenas prácticas en marketing de contenidos
- Plantilla de cuadro de mandos de contenidos
- RECURSOS EXTRAS WEB Y CONTENIDOS

Posicionamiento Web en Google (SEO)

- Qué y cuáles son los medios digitales para la empresa
- Bases del SEO en la web
- Principales aspectos SEO: Responsive design, Rich Snippets, Tiempo de carga, etc.
- Uso de Metricspot para analizar una web
- Cómo usar Search Console de Google
- Herramientas para medir la velocidad de carga de tu web
- Herramienta de análisis SEO Screaming Frog
- Uso de SEMRUSH para SEO
- Kwfinder y Keyword Tool: 2 Herramientas para potenciar tu visibilidad en Google
- Keyword planner para analizar palabras clave
- Guía de la actualización de las últimas modificaciones del algoritmo de Google
- Auditoría SEO y principales herramientas profesionales de análisis SEO
- Plantilla completa para auditoría
- Cómo hacer una auditoría SEO técnica (ejemplo)
- Entrevista a Marcos Alves (CEO de El Tenedor)
- RECURSOS EXTRAS: Optimización de contenidos en WordPress para SEO
- RECURSOS EXTRAS: Cómo crear ANUNCIOS GRATUITOS dentro de los resultados de Google
- RECURSOS EXTRAS: Checklist para migrar tu web a protocolo seguro (de HTTP a HTTPS)
- RECURSOS EXTRAS: Buenas prácticas Google My Business

Email Marketing, Embudos y Automatización

- Email marketing como estrategia digital
- Estrategia de email marketing, newsletters, mensajes automatizados, técnicas de fidelización, etc.
- Creación y Gestión de BBDD efectivas
- Cómo usar Mailchimp
- Plantillas de email para clientes por Hubspot
- Cómo usar Active Campaign
- Cómo usar Keap (InfusionSoft)
- Ejemplos reales de emails vendedores
- RECURSOS EXTRAS (artículo): Estrategia de email marketing para conversión a clientes

- RECURSOS EXTRAS (artículo): 3 CLAVES EN EL EMAIL MARKETING
- RECURSOS EXTRAS (artículo): 3 HERRAMIENTAS DE EMAIL MARKETING PARA TUS ENVÍOS ONLINE
- RECURSOS EXTRAS (artículo): TIPS PARA EMAIL MARKETING
- RECURSOS EXTRAS (artículo): CÓMO PLANIFICAR TU SECUENCIA DE EMAIL MARKETING PARA VENDER

Redes Sociales en Marketing

- El poder de las redes sociales en la empresa
- Pasos para definir un Plan de Social Media
- Social Media Lead Management
- Entrevista a Cristina Ruano (Media Planning en Walt Disney)
- RECURSOS EXTRAS: Calendario de publicaciones
- RECURSOS EXTRAS: Cuadro de mandos RRSS y Marketing Digital
- RECURSOS EXTRAS: Proceso del ciclo de vida de un cliente
- RECURSOS EXTRAS: Documento para solicitar a un cliente datos y acceso a sus herramientas digitales

Facebook

- Creación y gestión de la presencia de tu marca en Facebook
- Estadísticas de una página de empresa (Fanpage)
- Publicidad en Facebook (Facebook Ads)
- Aplicaciones para una página de empresa
- Plantilla: Bases legales para un concurso en Facebook

Twitter

- Creación de la presencia de tu marca en Twitter
- Gestión de la presencia de tu marca en Twitter
- Herramientas profesionales de gestión de Twitter
- Publicidad en Twitter (Twitter Ads)

Linkedin

- Creación y gestión de la presencia de tu marca de empresa en LinkedIn
- Publicidad en Linkedin (Linkedin Ads)

Instagram

- Situación actual de nuestra cuenta
- Cuenta de empresa
- Definición de la biografía
- Imagen de perfil
- Link en la biografía
- Activar la configuración en dos pasos

- CANVA – La herramienta para crear tus imágenes
- Definiendo la identidad verbal de nuestra marca
- Crear textos que conviertan
- Primeros pasos para crear calendario editorial
- Calendario anual
- Calendario mensual
- Aplicaciones para programar en Instagram
- Postcron – Herramienta para programar
- IG DM – Responder mensajes directos desde el ordenador
- Analizar las métricas que nos da Instagram
- Metricool para análisis automáticos

YouTube

- Contenidos visuales y configuraciones básicas
- Configuraciones predeterminadas y configuraciones avanzadas
- Como crear el Viewer Persona
- Cómo crear un calendario de videos II
- Cómo hacer 1 video diario sin morir en el intento
- Cómo poner tu logo en los videos de manera permanente y clickable
- Cómo grabar: luces, micrófonos, cámaras…
- Qué herramientas utilizar para edición: gratis y de pago
- Configuración de etiquetas
- Cómo usar la publicidad de YouTube para tener más visualizaciones
- Cómo hice crecer un 500% mi canal en solo 12 meses
- Listas de reproducción
- Estrategia de la revisión a 90 días
- Publicidad de YouTube: cómo funciona
- Vender con YouTube tus productos y servicios
- Otros canales y vías para generar un sueldo mensual
- Estrategias de videos virales
- Generar más visitas desde canales externos: WhatsApp, Telegram, redes sociales…
- Indicadores que debes medir
- Análisis de datos
- Informes que utilizo
- Herramientas para medir y mejorar tu canal

TikTok

- La oportunidad ¿Por qué TikTok?
- ¿Qué es TikTok? Explicación
- Creando tu cuenta.
- Comprensión de la aplicación -«Para ti» y funciones básicas
- Comprensión de la aplicación – 'Descubrir, bandeja de entrada, mensajes …)
- Cuenta PRO – Cómo acceder a las Analíticas

- La importancia de ingresar a TikTok con un propósito
- Definiendo tu Nicho
- Generación de ideas de contenido
- Definición de la estrategia de contenidos
- Entender sonidos y tendencias
- Cómo funciona el algoritmo de TikTok
- Qué hacer para viralizar un vídeo
- Cómo hacer que tu video destaque entre la multitud
- ¿Cuántas veces publicar al día?
- ¿Cuál es el mejor momento para publicar los vídeos?
- Paso a paso: Cómo crear un video desde cero.
- ¿Qué Hashtag poner en tus vídeos?
- ¿Cuánto deben durar mis vídeos?
- Paso a paso: de cero a un millón de visitas
- Vías para monetizar que existen
- Cómo monetizar siendo Influencer
- Cómo monetizar siendo Empresa
- No dependas de nadie para ganar dinero.
- Crea tu producto/servicio
- Cómo monetizar sin tener producto/servicio

Análisis de Datos en Marketing

- Analítica Web Cuantitativa con Google Analytics
- Analítica Web Cualitativa y Experiencia de Usuario (UX)
- Qué es el Big Data Marketing & Social Business Intelligence
- Cómo empezar a usar el Big Data Marketing
- Ejemplos por sectores en el uso efectivo de data
- Cómo usar la data para mejorar tu marketing de contenidos
- RECURSOS EXTRAS: Qué son y cómo usar las UTM para medir campañas
- RECURSOS EXTRAS: Informe ejemplo de Análisis Big Data Soc**ial**

Marketing con Influencers

- Macro y micro-influencia
- Qué es un influencer: tipos
- Casos de uso y cómo definir una estrategia de marketing de influencia
- Ejemplos campañas influencers
- Entrevista a Ana Miguélez (Influencer)
- RECURSOS EXTRA: Tácticas para enamorar a tus influencers
- RECURSOS EXTRA: Tarifas de influencers

Herramientas Digitales

- Servidor para web
- Postcron – programación de post en redes sociales

- Mailchimp – Envío de emails
- Hootsuite – Plataforma gestión redes sociales
- Google Search Console – Rendimiento y tráfico de búsqueda de la web
- Google Analytics – Analítica web
- Google Trends – Tendencias de búsquedas
- Similarweb – Tráfico web de la competencia
- Dropbox for business – Herramienta en la nube para empresas
- Kanbanflow – Gestor de tareas y proyectos
- RECURSOS EXTRA: LISTADO DE HERRAMIENTAS ÚTILES PARA UN DIGITAL MASTER

WhatsApp Marketing y WhatsApp Business

- Qué es Whatsapp Marketing
- Estrategia y táctica
- Whatsapp en nuevos y antiguos clientes
- Categorización de clientes
- Marketing de contenidos I
- Marketing de contenidos II
- Acciones de marketing digital
- Promociones
- Atención al cliente
- Técnicas de PNL
- Whatsapp vs Email
- Guiones de venta por Whatsapp
- Ejemplos reales de Whatsapp Marketing
- Caso de uso Whatsapp Marketing por Jaime Chicheri
- Masterclass WhatsApp Business por Blas Martínez
- RECURSOS EXTRA: Qué hacer si te bloquean la cuenta de WhatsApp
- Entrevista a Salvador Martínez (Director de Rutas Comerciales en Wamos Air)

Publicidad Digital

- Google Ads: Cómo desarrollar una campaña de publicidad en Google
- Cómo crear una campaña en la red de búsqueda de Google Ads.
- Cómo crear una campaña en la red de display de Google Ads.
- Cómo crear una campaña de shopping en Google Ads.
- Publicidad en Facebook e Instagram
- Herramientas publicitarias en LinkedIn
- Publicidad en Twitter
- Publicidad en YouTube
- Entrevista a Estanis Martín De Nicolás (Director General de Citibox)
- RECURSOS EXTRA: Plantilla para Google Ads

Módulo extra: Dropshipping

- Qué es el dropshipping y cómo empezar

- Cómo crear una tienda online tu mismo
- Cómo empezar a vender con Dropshipping con Aliexpress y Oberlo

Módulo extra: Procedimientos de Marketing (ejemplos reales y plantillas descargables)

- Procedimiento de creación de contenidos para el blog
- Procedimiento de difusión de contenidos en redes sociales
- Procedimiento Auditoría e Implementación de Proyectos
- Procedimiento email marketing
- Procedimiento de grabación y edición de videos
- Procedimiento ejemplo de estrategia publicitaria
- Procedimiento SEO On Page y esquema de Linkbuilding
- Procedimiento de Linkbuilding
- Procedimiento de concursos en Redes Sociales
- Procedimiento creación de eventos
- Procedimiento creación de ebook (lead magnet)
- Procedimiento de uso PandaDoc: Llenado de la base de datos de la herramienta de automatización de firma de documentos y propuestas comerciales
- Procedimiento gestión de contraseñas de clientes
- Procedimiento de facturación a clientes
- Procedimiento de control de costes