

Área Comercialización:

Estrategias del Marketing Digital

OBJETIVO GENERAL:

Que el/la participante incorpore herramientas prácticas que le permitan desarrollar un plan de marketing digital especialmente desarrollado para su PYME.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Al finalizar el curso el/la participante podrá: Lograr un conocimiento sólido sobre todas las herramientas digitales.

Capacitarse en el desarrollo e implementación de estrategias de marketing digital.

Utilizar en base a las necesidades de cada empresa las herramientas más adecuadas.

Ejecutar de forma eficiente la estrategia diseñada.

Manejar de forma adecuada las herramientas de redes sociales.

Conocer las tendencias que afectan las comunicaciones online.

Conocer las herramientas para poder posicionar en los primeros lugares de los buscadores de internet.

Llevar a cabo la comercialización online.

DIRIGIDO A:

Personas que deseen incorporar a su empresa estas herramientas, obteniendo resultados inmediatos y medibles.

Pequeños empresarios que deseen aplicar las herramientas digitales más adecuadas para su empresa.

DURACIÓN: 21 horas.

METODOLOGIA:

Este curso está diagramado para que se realice en modalidad presencial, cumpliendo un total de 21 horas de aula, y tareas virtuales que le insumirán un tiempo estimado de 3 horas.

TEMARIO:

Objetivos y uso de internet

Los objetivos empresariales y el uso de Internet como herramienta de inteligencia comercial.

Reseña histórica.

Productos y tendencias.

La competencia.

Mercados internacionales.

Precio.

Posicionamiento y Usabilidad

Posicionamiento.

Importancia de los buscadores.

Page Rank.

Acciones que perjudican el posicionamiento.

Acciones que mejoran el posicionamiento.
Usabilidad.
Contenido y Estrategia online
Generación de contenidos.
Credibilidad de la web.
Presencia en internet.
Contenidos de los blogs.
Catálogos.
Comunicación
Importancia de la comunicación.
Correo electrónico.
Boletines.
Promoción en internet.
Anuncios.
Marketing viral.
Adecuación de una campaña de marketing viral.
Redes Sociales
Importancia de las redes sociales.

Facebook:

Diferencias entre los perfiles y las páginas.
Promoción.
Realización de ventas dentro de Facebook.

Twitter:

Estrategia de relación con el cliente.
Estrategia de manejo de reputación de la empresa.
Estrategia de manejo de crisis.
Estrategia de difusión de eventos.
Promoción.

LinkedIn.

Compras sociales
Venta por Internet
La compra en internet.
Marketplaces.
Tienda online.
Nuevos medios de pago.

[Ver todos los cursos](#)