



Marketing Digital

12 HORAS | 2 SESIONES



CURSO Marketing Digital

El participante desarrollará un pensamiento estratégico digital y aprenderá las herramientas del marketing digital que le permitirán liderar, dirigir y gestionar cualquier proyecto en Internet. Será capaz de atraer a nuevos clientes, incrementar ventas, posicionar una marca, difundir un mensaje, medir y justificar las diferentes acciones globales.

¿Para qué te prepara?

- Conocerás y evaluarás los diferentes canales digitales y su uso en un plan de Marketing Digital.
- Aprenderás los terminos y herramientas más usadas en Marketing Digital, así como las diferentes métricas para evaluar sus acciones digitales
- Podrás implementar una campaña publicitaria en Google Adwords

Dirigido a

- Empresarios
- Gerentes
- Personal de ventas y marketing, etc.

Marketing Digital

Temario

I. Desarrollo de un pensamiento estratégico digital

- I.I Modelos de negocios digitales.
- I.II Dropshipping (la nueva forma de negocio en Internet) o Emprendimiento Digital.
- I.III Las 4 P's del marketing digital:
- I.IV Participation.
- I.V Personalization.
- I.VI Peer: to peer communities.
- I.VII Predictive modelling (Big Data).

II. Análisis de los diferentes canales digitales

- II.I Página web y Landing Page
- II.II Redes sociales.
- II.III E-mailing.
- II.IV Mobile.
- II.V E-commerce

Marketing Digital

Temario

III. Venta en línea

- III.I Proceso de venta en Internet y embudos de conversión:
- III.II Leads.
- III.III Tipos de Leads.
- III.IV Cuantificación de Leads.
- III.V Conversiones.
- III.VI Herramientas digitales de posicionamiento:
- III.VII SEO (Search Engine Optimization)
- III.VIII SEM (Search Engine Marketing)

IV. Objetivos para marketing digital vs KPI´s y métricas

- IV.I Objetivos para el marketing digital.
- IV.II KPI´s.
- IV.III Lead´s.
- IV.IV Lead fríos, Lead cualificado, Lead caliente.
- IV.V Conversión.

Introducción a Google Adwords: realizar una campaña publicitaria cuyo objetivo sea atraer a nuevos clientes e incrementar ventas. Elaborar un anuncio, segmentar al público correcto, definir el presupuesto y evaluar el mejor sistema de pago.

Marketing Digital

Temario

V. Abrir una cuenta de Google Adwords.

- V.I Introducción a la plataforma de Google Adwords.
- V.II Crear una campaña.
- V.III Crear un grupo de anuncios.
- V.IV Redacción de un anuncio publicitario eficiente.
- V.V Seleccionar las palabras clave y evaluar su eficiencia.
- V.VI Herramienta “Ideas para palabras clave”.
- V.VII Herramienta “Volumen de búsqueda”.
- V.VIII Herramienta estimaciones de tráfico”.
- V.IX Facturación.

Inversión

\$ 2,990 •

Fechas

**22 y 29 de
octubre**



Sede:
Av. PDTE Masaryk #61,
Polanco V Secc, CP. 11560,
CDMX






dic

DICLAB

¡GRACIAS!

www.diclab.com.mx

   Diclab

Zacatecas #206 int. 401-402-403, Col. Roma Norte, CDMX

 (+52) 55 6931 5779

 55 5564 7310