



PRESENTACIÓN

Cada vez más empresas llevan a cabo iniciativas de marketing digital para impulsar sus ventas y diferenciarse de sus competidores. Sin embargo, a menudo los resultados de estas acciones terminan siendo poco satisfactorias, ya que se encaran de manera aislada, sin una estrategia digital integral que las respalde. Consecuencia de esta falta de planificación y visión se consiguen impactos limitados y subóptimos. El taller “Cómo Plantear una Estrategia de Marketing Digital para tu Empresa” ofrece a los asistentes la oportunidad de mejorar sus resultados de marketing digital, aprendiendo cómo plantear una estrategia digital integral para lanzar campañas digitales con mayores garantías de éxito para su negocio.

OBJETIVOS

Facilitar a los participantes conceptos y herramientas básicas para plantear una estrategia de marketing digital multicanal exitosa para su empresa y contar con una hoja de ruta escrita de la misma.

En particular, después de haber asistido al Taller los asistentes serán capaces de:

- Comprender conceptos clave del marketing digital.
- Entender los alcances y sinergias de los distintos canales de comunicación digital.
- Entender la importancia y retos del desarrollo de un sitio web de empresa
- Identificar oportunidades de marketing mediante la activación de campañas en los canales más apropiados a sus públicos y objetivos (Email, Google, Facebook, Instagram)
- Estimar el retorno de su presupuesto digital, y entender las métricas más usuales de valoración de resultados digitales (CPM, CPC, CTR, TC, ROI, ROAS, etc)
- Comunicarse de manera constructiva y bidireccional con proveedores de servicios de marketing digital.
- Valorar la aptitud de proveedores de distintos servicios de marketing digital.

PÚBLICO OBJETIVO

- Gerentes de todas las áreas de la empresa
- Gerentes de Marketing, Comercialización y Comunicación
- Encargados y técnicos del área de Marketing, Publicidad y Ventas
- Responsables de desarrollos de proyectos
- Empresarios, emprendedores e innovadores
- Público en general interesado en el área

METODOLOGÍA

Taller en el que se transmiten experiencias y prácticas que permitan un aprendizaje con un alto potencial de



aplicación inmediata en la gestión cotidiana de la organización.

DURACIÓN

El taller tiene una duración de 9 horas divididas en 3 sesiones. Cada sesión se tratan bloques temáticos en una secuencia lógica y adaptada al objetivo general del Taller.

CERTIFICACIÓN

Al finalizar el curso se entregará un certificado de asistencia avalado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra – UPSA. Podrán acceder a dicha certificación quienes cumplan como requisito una asistencia mínima del 80%.

CONTENIDO MÍNIMO

Día 1

- El Cambio Digital - La convergencia online-offline
- Pensar estratégicamente el Marketing Digital
- Herramientas Básicas para estrategizar: Embudos, Buyer Persona, Taxonomía de Medios, Propuesta de Valor, Customer Journey
- El Núcleo Digital: el sitio web de tu negocio

Día 2

- El Mix de canales
- E-Mail Marketing
- Google: Motores de Búsqueda
- Google: Publicidad de Pago (Búsqueda, Display, Retargeting) ● Redes Sociales: Facebook e Instagram

Día 3

- Inbound Marketing / Marketing de Contenidos

- e-CRM

- Desafíos de Integrar el Marketing Digital

- Tendencias Futuras

RESUMEN CV

- Especialista en Marketing Digital - Estrategia Digital

- Conferenciante y Docente de Marketing Digital ● Director de TARHIT - Consultoría Digital, Barcelona - España

- Posgrado en Marketing Digital, IDM, Londres-Reino Unido

- Diploma de Especialista en Marketing y Ventas, ESADE, Barcelona-España

- MBA, Universidad Pompeu Fabra- BSM, Barcelona-España

- Diploma en Educación Superior Universitaria- Santa Cruz-Bolivia www.juancarlosduran.info