

Marketing online, buscadores, Social Media y móvil

Duración: 60 h

Objetivos

Esta formación abarca diferenciar modalidades de marketing online como viral, trade marketing y en buscadores/medios sociales, junto con aplicaciones móviles y estrategias básicas de herramientas digitales. Se profundiza en cómo el marketing en buscadores impulsa objetivos empresariales, maximizando el potencial del social media y redes sociales para generar ventajas competitivas. Además, se aprende a crear blogs exitosos como herramienta de marketing, realizar sindicación de contenidos y aprovechar mobile marketing, televisión digital y vídeo on demand para potenciar la presencia digital de las empresas.

TEMARIO

Unidad 1: Herramientas del marketing online

Cómo hacer una campaña publicitaria online. Aplicaciones de mensajería instantánea.

Los leads.

Selección de palabras clave.

Campañas de videomarketing. E-mail marketing.

La longitud del asunto en gestores de correo y campañas de e-mail marketing. Conseguir contactos y bases de datos para campañas de e-mail marketing.

Personalización de la oferta y permission marketing. Marketing viral.

Marketing de afiliación.

Qué es trade marketing.

Indicadores clave de desempeño (KPI).

Unidad 2: Marketing de buscadores

Cómo funciona el marketing de buscadores.

Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario. Búsqueda orgánica o SEO.

Cómo funciona el algoritmo de Google.

Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google. Relevancia del contenido.

Eligiendo palabras objetivo.

La importancia de los enlaces entrantes.

Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas. Técnica para conseguir ser enlazado.

La importancia de las palabras de enlace. Enlaces y textos de enlaces.

Enlaces internos.

Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles. Densidad de página y densidad de keywords (keywords density). Herramienta para calcular la densidad de palabras clave.

Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis.

Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y CSS. Uso de frames.

Redirects.

Enlaces JavaScript y Flash.

Cloacking o páginas exclusivas para buscadores. Comandos útiles de Google.

SEM y Google Ads.

Posicionamiento publicitario y pago por clic. Compra de palabras clave y SEM. Publicidad basada en resultados.

Posicionamiento en Google Maps.

Herramientas de monitorización SERP. Google Trends.

Autopráctica Google Trends. Informes de Google.

Google Analytics.

Medir y analizar resultados.

Unidad 3: SMO (Social Media Optimization)

El origen de los medios sociales. Social media.

Tipos de medios sociales. Marketing en medios sociales. El plan de medios sociales.

Estrategias de social media.

Campañas en medios sociales.

Objetivos generales de una campaña en redes sociales. El crowdsourcing.

Medición de resultados de un social media plan. Analítica social y estrategia.

Objetivos.

IOR.

Impact of Relationships.

Unidad 4: Redes sociales como herramienta de marketing

Tipos de redes sociales.

¿Por qué hacer marketing en redes sociales? El marketing viral en las redes sociales.

La publicidad en las redes sociales. Dónde, cómo y para qué.

Herramientas para crear y organizar contenido en las redes sociales.

Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y otras aplicaciones de vídeo y fotografía. Redes sociales profesionales en España.

Otras redes sociales importantes. Aplicaciones para la gestión de redes sociales. Geolocalización en las redes sociales.

Social bookmarking – explicación gráfica.

Unidad 5: Los blogs como herramienta de marketing

Los blogs como herramienta de marketing. Mis primeros pasos con el blog.

Los factores de éxito en los blogs. Relaciona conceptos.

Yammer y las wikis.

Unidad 6: Sindicación de contenidos y podcasting

Sindicación de contenidos. RSS.

Lector de feed.

¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?

¿Cómo reunir los feeds RSS? Podcasting.

Radars de noticias personales. Lifestreaming.

Crear nuestro propio feed RSS. Directorios RSS.

Unidad 7: Mobile marketing, televisión digital y vídeo on demand

Marketing móvil.

Formas de conectarse a internet a través del móvil. Otras aplicaciones del marketing móvil.

Formatos estándares en internet móvil. Marketing de móviles.

Consejos para una estrategia de marketing móvil. SMS marketing.

Televisión digital.

Televisión por internet.