

Programa

Módulo 1: Ecosistema de Inbound Marketing e Hiper-segmentación de Usuarios

Unidad 1: Ecosistema inbound e hipersegmentación de usuarios

- 1.1.1 ¿Qué es un Ecosistema de Inbound Marketing?
- 1.1.2 ¿Qué es la Hiper-segmentación de audiencias y cómo la utilizo?
- 1.1.3 Desarrollo del “Customer Persona” o perfil de clientes
- 1.1.4 Integración de las etapas del ciclo de vida al ecosistema

Módulo 2: Redes Sociales en el Ecosistema de Inbound Marketing

Unidad 1: Participación de redes sociales en el ecosistema de inbound marketing

- 2.1.1 Rol de las redes sociales en el inbound marketing
- 2.1.2 Generación de contenido relevante para redes sociales
- 2.1.3 Integración de las redes sociales y su contenido al ecosistema de inbound marketing

Módulo 3: Participación de un CRM en el ecosistema inbound

Unidad 1: Participación de un CRM en el ecosistema de inbound marketing

- 3.1.1 Rol de un CRM en el ecosistema de inbound marketing
- 3.1.2 Atributos de usuario e información para la hipersegmentación
- 3.1.3 Generación de un esquema de lead scoring para asignar puntaje a las acciones de cada usuario
- 3.1.4 Definición de un journey de clientes

Módulo 4: E-mail marketing en el ecosistema inbound

Unidad 1: Participación del e-mail marketing en el ecosistema de inbound marketing

- 4.1.1 Rol del e-mail marketing en el inbound marketing
- 4.1.2 Campañas de Comunicación, Generación de Demanda y trigger Campaigns
- 4.1.3 Generación de contenido relevante para e-mail marketing
- 4.1.4 Buenas prácticas de e-mail marketing en el ecosistema de inbound marketing

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Conocer las principales estrategias de marketing de atracción y cómo utilizarlas dentro de un entorno digital integrado.

Objetivos específicos:

- Adquirir conocimiento de las principales herramientas de Inbound Marketing.
- Conocer cómo utilizar el potencial del Inbound Marketing aplicado a una estrategia en la vida real.
- Aprender a generar un “Lead Scoring” que permita identificar a un usuario en su ciclo de vida según el puntaje de sus acciones.
- Aprender a desarrollar un plan de Inbound Marketing integral.

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- Trabajo en equipo y colaborativo: capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta performance.
- Capacidad de análisis/reflexión: capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- Creatividad/ soluciones innovadoras basadas en el conocimiento: capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

- Visión holística y estratégica para poder armar un plan de marketing de atracción tomando todos los elementos como parte de un ecosistema integral.