

Programa de Fundamentos del Inbound Marketing

Módulo 1. ¿Qué es *inbound marketing*? ¿Cómo utilizarlo para las empresas?

Unidad 1.1 Parte teórica

- 1.1.1 *Inbound marketing*: ¿qué es y para qué sirve?
- 1.1.2 Funcionamiento práctico del ciclo de vida del consumidor
- 1.1.3 Aplicación dinámica y automática del *inbound marketing* al ciclo de vida del consumidor
- 1.1.4 Generación de un ecosistema integrado de *marketing*

Unidad 1.2 *Best practices*

- 1.2.1 Formación de criterios

Módulo 2. Ciclo de vida del cliente y su atención dinámica

Unidad 2.1 Parte teórica

- 2.1.1 Entendimiento del ciclo de vida del cliente: teoría vs. vida real
- 2.1.2 Principales etapas del ciclo de vida
- 2.1.3 Adaptación del mensaje de *marketing* a las etapas del ciclo de vida

Unidad 2.2 *Best practices*

- 2.2.1 Generación de un ciclo de vida del cliente real para su plan de *marketing*

Módulo 3. Estrategia de *inbound marketing*

Unidad 3.1 Parte teórica

- 3.1.1 Etapa de atracción
- 3.1.2 Etapa de conversión
- 3.1.3 Etapa de cierre
- 3.1.4 Etapa de *deleite*

Unidad 3.2 *Best practices*

- 3.2.1 Tácticas integradas para su plan de *marketing*

Módulo 4 Desarrollo de contenidos y automatización de procesos

Unidad 4.1 Parte teórica

- 4.1.1 Fundamentos del *content marketing* aplicados a la estrategia *inbound*
- 4.1.2 Identificación de activos digitales (*digital assets*)
- 4.1.3 Automatización del proceso de *inbound marketing* y su necesidad
- 4.1.4 Herramientas de automatización de *inbound marketing*

Unidad 4.2 *Best practices*

- 4.2.1 Generación de contenidos diferenciados por etapa del ciclo de vida

Objetivos

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

Para alcanzar estos objetivos debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso.

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

Objetivo general

- Conocer qué es el *inbound marketing* y cómo se puede aplicar a una estrategia de negocio.

Objetivos específicos

- Entender al *inbound marketing* como una nueva tendencia de trabajo estratégico dentro del *marketing online*.
- Conocer cómo se compone una estrategia de *inbound marketing* y las etapas que posee.
- Aprender el significado de “ecosistema integrado de *marketing*” y aplicarlo de manera real, práctica y dinámica al ciclo de vida del consumidor.
- Aprender a implementar acciones y distribuir contenidos según la etapa del embudo o ciclo de vida del consumidor que se esté atravesando.
- Aprender a desarrollar una estrategia completa de *inbound marketing*, aplicando las metodologías correspondientes por etapas y la correcta utilización de canales de comunicación.

Competencias

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

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

- **Generación y manejo de un ecosistema integral de los canales de marketing y su tipo de comunicación según cada etapa del ciclo de vida del consumidor:** aprenderá a visualizar su estrategia de forma unificada para volverla más eficiente y a no pensar en cada canal y cada acción como elementos individuales.

Bibliografía

Anderson Miller, S. (2015). *Inbound Marketing for Dummies*. Estados Unidos: John Wiley & Son Inc.

Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*. Estados Unidos: John Wiley & Son Inc.

Reynolds, M. (2014). *The Marketer's Guide to Mastering Hubspot for Inbound Marketing*. Estados Unidos: Spinweb.