

# Marketing digital e innovación | Nivel 1

## **SESIÓN 1:** *Introducción al entorno Digital*

Composición del entorno digital. Definición de objetivos. Estructuración de objetivos. ¿Qué es táctica vs estrategia? ¿Cómo se difunde la información en Internet? Diferentes formas de consumo. ¿Qué se debe analizar según la necesidad?

## **SESIÓN 2:** *¿Cómo las herramientas interpretan los contenidos digitales?*

Cómo funcionan los algoritmos en la web. Uso de herramientas que facilitan la creación de contenidos. Caso de éxito.

## **SESIÓN 3:** *Investigación sobre los contenidos y usos más relevantes para la creación de nuevos contenidos*

Más herramientas para la creación de contenido. Cómo funcionan los diferentes tipos de contenidos y sus composiciones. ¿Una herramienta puede hacer el trabajo de un humano? ¿En qué momento es más apropiado crear un blog, podcast, ebook, infografía, webinar, etc? Caso de éxito.

## **SESIÓN 4:** *Tipos de comunicación y canales (página web, redes sociales, entre otros)*

El comportamiento del consumidor y sus etapas. Tipos de contenido según la etapa del usuario y el canal. ¿Por medio de cuales canales son relevantes los diferentes tipos de contenidos?. ¿Es lo mismo comunicarme a través de mi página web o con un video en Youtube, o en redes sociales, o con un email? Caso de éxito.

## **SESIÓN 5:** *Técnicas y conceptos sobre estrategias en la creación de contenido*

Tácticas y estrategias en la creación de contenidos. ¿Qué son las pillar pages y las custer pages? ¿Para que funciona la Memetica? ¿El uso de la técnica captology se puede desarrollar en todos los tipos de contenidos? Caso de éxito.

## **SESIÓN 6:** *El correcto uso del CRM para aprovechar los contenidos digitales de la estrategia*

La necesidad de un CRM en la estrategia. ¿Qué es el Buyer Persona y cómo crearlo? El buyer persona me define el comportamiento de un usuario?. La importancia del LifeTime Value y Lead Scoring. Caso de éxito.

## **SESIÓN 7:** *La importancia de automatizar lo digital*

La automatización como pilar en la estrategia digital. ¿Se puede automatizar diferentes tipos de contenidos? Análisis de los contenidos automatizados y sus usos. Caso de éxito.

## **SESIÓN 8:** *Casos de éxito y aplicación de una estrategia digital basada en contenidos*

Creación y explicación de la estrategia definida por cada uno de los estudiantes para sus empresas o marcas respectivas. Análisis final de cada una de las propuestas y puesta en marcha.