

PROGRAMAS IN-COMPANY

INBOUND MARKETING

¿QUÉ SON LOS PROGRAMAS IN-COMPANY?

Programas cerrados con contenidos flexibles, adaptados a las necesidades y realidad de su organización. Se realizan para un mínimo de 20 personas en dependencias de la empresa o alguno de nuestros hoteles asociados.

OBJETIVOS DE PARTICIPAR

- No se trata simplemente de escuchar al facilitador o profesor, sino que invitamos a cada asistente a que desarrolle e implemente su estrategia en vivo. Adicionalmente, en cada clase, entregamos materiales y recursos didácticos para que cada asistente pueda aplicar y usar en sus compañías.
- Obtendrán contenidos de vanguardia con procesos y metodologías que ayudan a las empresas y organizaciones a realizar un marketing efectivo en los medios digitales y sociales.
- Realizarán ejercicios y actividades prácticas que ayudan a entender de forma tangible el alcance de una estrategia digital

TEMÁTICA

El Inbound Marketing es una metodología centrada en el contenido: se trata de que los clientes se vinculen y conecten con una empresa gracias a la creación y distribución de contenido de valor, contenido de calidad, que ayude a una empresa a posicionar su oferta de valor y generar potenciales clientes.

También llamado mercadeo de atracción, se centra en un flujo de 4 etapas: atraer, convertir, cerrar y deleitar. En este curso, los asistentes podrán aprender de la mano de un experto con más de 12 años de experiencia los fundamentos del Inbound Marketing de manera clara y sumamente práctica.

DIRIGIDO A

Directores de Marketing | Brand Managers | Profesionales de mercadeo y publicidad | Centrales y agencias de medios | Agencias de Publicidad | Agencias Digitales | Emprendedores Digitales | Profesionales de PR y comunicación | Empresarios PYME

PROGRAMA | INBOUND MARKETING

DÍA 1

8:30 A 9:00	REGISTRO
SESIÓN 1 9:00 A 11:00	INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué entendemos por Inbound Marketing? • Interrupción versus atracción. • Generación de valor y el concepto de utilidad.
11:00 A 11:30 COFFEE & NETWORKING BREAK	
SESIÓN 2 11:30 A 13:00	EL ALCANCE DE UNA ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING <ul style="list-style-type: none"> • El impacto integral en toda la estrategia digital. • El paso a paso de una estrategia. • Metodología y procesos.
13:00 A 14:00 NETWORKING LUNCH	
SESIÓN 3 14:00 A 15:45	EL ROL DEL CONTENIDO EN UNA ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING <ul style="list-style-type: none"> • Procesos para conocer mejor a tu cliente. • Procesos creativos para crear contenido. • Formatos de contenidos según el tipo de objetivo. • Contenidos: SNACK - PREMIUM - EDUCATIVOS - VIP • Casos de estudio y ejemplos.
15:45 A 16:00 COFFEE & NETWORKING BREAK	
SESIÓN 4 16:00 A 17:30	EL USO DE LANDING PAGES <ul style="list-style-type: none"> • Landing pages versus sitios web. • Buenas prácticas en contenidos, diseño y redacción. • Introducción a la optimización de conversiones (CRO).

DÍA 2

8:30 A 9:00	REGISTRO
SESIÓN 5 9:00 A 11:00	GROWTH DRIVEN DESIGN Y OPTIMIZACIÓN PARA BUSCADORES <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al diseño web orientado al crecimiento. • Sitio Web: la máquina de generar prospectos de calidad. • Las claves del SEO actual. • Contenido: calidad versus cantidad. • La estrategia de Long Tail.
11:00 A 11:30 COFFEE & NETWORKING BREAK	
SESIÓN 6 11:30 A 13:00	PROFUNDIZACIÓN EN AUTOMATIZACIÓN Y LEAD SCORING <ul style="list-style-type: none"> • Cómo crear procesos automáticos de seguimiento. • Personalización de contenidos. • Personalización de ofertas. • Calificación de prospectos. • Integración de CRM y panel de ventas. • Cómo convertir prospectos en clientes. • Profundización en tecnologías y herramientas.
13:00 A 14:00 NETWORKING LUNCH	
SESIÓN 7 14:00 A 15:45	INTEGRACIÓN CON VENTAS Y EL TRABAJO COMERCIAL EN EL INBOUND MARKETING <ul style="list-style-type: none"> • Marketing versus ventas: ¿Quién tiene la culpa?. • Del "lead frío" al "lead caliente": el proceso de Lead Nurturing. • Cómo generamos y qué hacemos con un MQL. • Cómo generamos y qué hacemos con un SQL. • El concepto de Inbound Sales.
15:45 A 16:00 COFFEE & NETWORKING BREAK	
SESIÓN 8 16:00 A 17:30	ANALÍTICA Y MEDICIÓN. <ul style="list-style-type: none"> • Cómo estructurar el plan de medición. • Conceptos clave de analítica digital. • Profundización en Google Analytics. • Herramientas de medición. • Conceptos clave en retorno de inversión.

***ESTE ES UN PROGRAMA CERRADO, FLEXIBLE Y ADAPTABLE A LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.**