



SEMINARIUM®

ONLINE
TRAINING

PROGRAMA MARKETING DIGITAL

Estrategias y herramientas prácticas para no-especialistas

WORLD CLASS
CONTENT AT YOUR FINGERTIPS

WWW.SEMINARIUM.COM

PROGRAMA MARKETING DIGITAL

OBJETIVO DEL PROGRAMA

Al finalizar este curso, el alumno podrá esquematizar, desarrollar y supervisar sus campañas de marketing digital, contará con conocimiento que respalde su toma de decisiones de distintas acciones que potencien su estrategia de marca.

TIPOS DE ACTIVIDADES

Contenido core

Consiste de videos, infografías y presentaciones que plantean los conceptos fundamentales para lograr el objetivo del curso, acompañado de preguntas de comprensión con retroalimentación automatizado para que el alumno pueda ir comprobando su entendimiento de los temas e identificando áreas de desconocimiento para indagar directamente con los profesores y compañeros del curso.

Casos de éxito

Exponen casos reales en que empresas regionales e internacionales aplicaron los conceptos vistos en el curso y tuvieron buenos resultados. Cada caso incluye una actividad hashtag para que los alumnos discutan los puntos claves con sus compañeros y profesores en el muro del curso.

Desafíos

Son actividades de aplicación práctica de los conceptos en tu negocio o área. Se realizan individualmente y los participantes postean los resultados en el muro, donde recibirán retroalimentación directamente de los expertos y otros alumnos.

Transmisiones en vivo

Son instancias semanales en que los profesores del curso exponen información didáctica y actualizada en relación a los conceptos del curso y las áreas de interés de los alumnos, además los alumnos tiene la oportunidad de aclarar dudas y pedir consejos directamente a los expertos. Duran aproximadamente 20 minutos y se realizan a través de una transmisión en vivo en el grupo de facebook.

Link: <https://www.facebook.com/groups/647796392231674/>

Sesión presencial

Taller práctico en el cual los participantes aplican los conceptos del curso para crear su propia estrategia digital para su negocio o área. Es un día completo y incluye 2 coffee break y almuerzo. Se realiza en Santiago de Chile.

****Aplica solamente a la modalidad Blended.****

PROGRAMA MARKETING DIGITAL

REQUISITOS DE APROBACIÓN

- Obtener al menos 70% de acierto en los contenidos core del curso.
- Asistir al menos 65% de las transmisiones en vivo (4 de 6).
- Realizar y postear al menos 2 desafíos durante el curso.
- Comentar al menos 2 casos con el hashtag en el muro.
- Asistir a la sesión presencial (aplica solamente para modalidad blended).

INFORMACIÓN DE CONTACTO Y URL

Valeria Gonzalez (Learning Community Manager) : online@seminarium.com // +562 2430 6813

URL curso: <http://seminariumonline.cl>

FECHAS Y CONTENIDOS

- **Semana 1:** 06 - 12 Agosto.
- **Semana 2:** 13 - 19 Agosto.
- **Semana 3:** 20 - 26 Agosto.
- **Semana 4:** 27 Agosto - 02 Septiembre.
- **Semana 5:** 03 - 09 Septiembre.
- **Semana 6:** 10 - 16 Septiembre.

**Las sesiones en vivo se realizan todos los jueves durante el curso a las 20:30 en el grupo de facebook.

PROGRAMA MARKETING DIGITAL

SEMANA	MÓDULO	OBJETIVO	CASO DE ÉXITO	ACTIVIDAD DE APLICACIÓN	SESIÓN EN VIVO
1 06-12 Agosto	El Buyer Persona	Introducir a los alumnos en el pilar de la comunicación digital enseñándoles cómo crear el “Buyer Persona” preciso para su marca u organización.	Choví: El Contenido en base a un buen trabajo de buyer persona.	Crearé buyer personas y customer journey para su organización, producto o servicio.	Temas se anuncian semana por semana, según intereses de alumnos y tendencias actuales.
	Customer Journey y el Ecosistema Digital	Interiorizar a los alumnos en los conceptos claves de Customer Journey y Ecosistema digital, entregarles las herramientas y términos claves para que logren definir e identificar las oportunidades digitales que todavía no impulsan en sus marcas o instituciones.			
2 13-19 Agosto	Puntos de contacto	Ejemplificar la identificación y creación de puntos de contacto digitales eficientes para la generación de leads. Instruir a los alumnos para que sean capaces de definir los puntos de contacto más óptimos para implementar sus campañas.	Ford: El Camino para Generar Leads de Calidad.	Identificará los 5 campos más importantes para un formulario en un landing óptimo en su organización.	
	Generación de leads	Resaltar la importancia y el rol de la estrategia de lead scoring ejemplificando los beneficios dentro de las campañas digitales y entregar las herramientas para que los alumnos puedan generar su propio rango de calificación de leads.			

PROGRAMA MARKETING DIGITAL

3 20-26 Agosto	Creando tu landing page	<p>Enseñar a los alumnos las mejores prácticas para la generación de leads, importancia de conversión de visitantes. Entregar herramientas para la comprensión de mejores prácticas para el desarrollo de landing pages y formularios.</p>	<p>Auto Escuela Go!!!: Lead Nuturing, enfocando contenido para seducir a prospectos.</p>	<p>Crearé un landing page (si es que no tiene uno) o identificaré cambios específicos que puede implementar en su landing para mejorarlo y optimizar los leads que obtiene a través de ello.</p>
	Lead Scoring	<p>Resaltar la importancia y el rol de la estrategia de lead scoring ejemplificando los beneficios dentro de las campañas digitales y entregar las herramientas para que los alumnos puedan generar su propio rango de calificación de leads.</p>		
4 27 Agosto 02 Sept.	Lead Nurturing	<p>Educar a los alumnos sobre la importancia de la estrategia de maduración de leads y enseñarles tipos de campaña para los distintos niveles en los que se encuentra cada prospecto.</p>	<p>Pizza Express: La innovación al servicio de los consumidores.</p>	<p>Aplicaré técnicas de lead nurturing para organizar su base y convertir sus leads en clientes.</p>
	Trends	<p>Presentar a los alumnos las tendencias de marketing digital que impulsan el mercado con el fin de que puedan implementar sus campañas en base a ellas.</p>		

PROGRAMA MARKETING DIGITAL

5 03-09 Sept.	Diseño responsive	Interiorizar a los alumnos sobre el diseño responsive, entregar información que ayude a la diferenciación de campañas en base a distintas funciones para campañas enfocadas en mobiles, desktop o mixtas.	MailChimp: Un problema de naming superado.	Afinará su estrategia de comunicación según el perfil generacional de su base.	
	Generaciones del marketing	Interiorizar sobre las distintas generaciones y su performance en el mundo digital. Identificar oportunidades según cada segmento y optimizar la toma de decisiones en base a campañas más estratégicas.			

6 10-16 Sept. Contenido Adicional: Plataformas de desempeño	Introducción a las plataformas de marketing	Presentar las principales herramientas que faciliten el desarrollo de su estrategia digital.	Stone: Potenciando y mejorando la comunicación en base al análisis y segmentación de contenido.	Creará cuentas en las plataformas que cree más útiles para su organización.	
	Cómo usar las plataformas 1	Demostrar el uso de cada plataforma con una guía paso a paso de cómo crear cuentas y manejar las distintas plataformas de apoyo.			
	Cómo usar las plataformas 2	Demostrar el uso de cada plataforma con una guía paso a paso de cómo crear cuentas y manejar las distintas plataformas de apoyo.			
	Comprueba tus conocimientos	Evaluación sumativa con certificado			

SEMINARIUM



MODALIDADES DE ESTUDIO



- **Blended** incluye todos los contenidos y actividades en la plataforma, más una sesión presencial de 8 horas con el profesor del curso.
- **100% online** incluye todos los contenidos y actividades en la plataforma.

www.seminarium.com · ventasonline@seminarium.com · (562) 2430 6829



/seminariumchile



/seminariumchile



@seminariumchile