



**Unión Patronal Metalúrgica  
de l'Hospitalet y Baix Llobregat.**

Av. Fabregada 93, 1º 3ª, Esc. Dcha.  
08901 l'Hospitalet (Barcelona).  
Tel.: 93 337 04 50 - Fax: 93 337 50 15  
[www.aeball.net](http://www.aeball.net) - [info@aeball.net](mailto:info@aeball.net)

*Estás realizando una acción formativa subvencionada por el Consorcio para la Formación Continua de Cataluña y el Fondo Social Europeo. Pondremos todos los medios de nuestra parte para que saques el máximo provecho de la formación. Una vez finalizada la formación, si has llegado a un mínimo de un 75% de asistencia y has logrado los conocimientos, te haremos entrega de la acreditación correspondiente.*

## DIGITAL MARKETING & AUTOMATION MARKETING

### OBJETIVO

Adquirir una visión integral de los canales y estrategias de Marketing Digital.

### DATOS DEL CURSO

**FECHA INICIO:** 14-10-2024

**FECHA FINAL:** 15-11-2024

**HORAS PRESENCIALES:** 60

**HORARIO:** 16:00 a 21:00h

**SESIONES:** lunes, miércoles y viernes

**CLASES MES DE OCTUBRE:** 14, 16, 18, 21, 23, 25, 28, 30

**CLASES MES DE NOVIEMBRE:** 4, 6, 8, 15

**LUGAR DE IMPARTICIÓN:** Paseo San Juan Bosco 42, 08017 de Barcelona

### PROGRAMA

#### **Aproximación a la Search Engine Marketing (SEM), Pay-Per-Click y Adwords.**

- Visión genérica de que se compone lo SEM, como hacer una estrategia SEM y qué es su papel dentro de la estrategia de marketing digital.
- Concepto de Search Engine Optimization (SEO), sus objetivos, herramientas y estrategias.
- Tipo de formatos publicitarios que hay en las principales redes sociales.

#### **Conocimiento de las bases y las herramientas de la analítica web.**

- Bases, herramientas e importancia de la analítica web a la actividad de la empresa y como palanca para la toma de decisiones.
- Google Analytics: estructura, métricas básicas, significado e interpretación.
- Atribución y modelos de dashboards, así como los KPIs para la toma de decisiones.

#### **Identificación de los cimientos de la comunicación a internet.**

- Pasos para elaborar un plan de Social Media correcto y estructurado.

- Pautas sobre el tipo de comunicación, tono y contenido para los diferentes canales y situaciones.
- Pasos y estrategias para llevar a buen puerto acciones a Social Media.

#### **Consolidación en el proceso de comunicación a Internet.**

- Ventajas que tiene el correo electrónico marketing, así como la necesidad de saber utilizar la herramienta y evitar caer en errores comunes.
- Diferentes estrategias comerciales que hay y el rol del Marketing Automation en cada una.
- Principales herramientas de envío de correo electrónico marketing.

#### **Determinación de la relevancia del CRM y los Funnels de Conversión en la estrategia de marketing digital de la empresa.**

- Valor del CRM para la empresa y centralización de la relación con el cliente.
- CRM de acuerdo con la filosofía Lean y Agil, para empezar de forma rápida con nuestras campañas de
- Funnel o embudo de conversión y su papel a nuestra estrategia de marketing digital. marketing y focalizarnos en el negocio.

#### **Acercamiento a los conceptos de Lead Nurturing, Lead Scoring y Inbound Marketing.**

- Lead Scoring y su importancia a nuestra estrategia de Inbound
- Marketing y conversión
- Principios de Inbound Marketing y diferencia con Outbound Marketing.
- Ciclo de venta y cierre de Inbound Marketing y entender como todas las campañas digitales giran a su alrededor.