

Inbound marketing y marketing de contenidos



Área: MARKETING
Duración: 20h
Metodología: online

Objetivos

Enseñar a los participantes cómo atraer y convertir a los clientes potenciales en clientes leales mediante la creación y distribución online de contenido valioso y relevante. Al finalizar este curso serás capaz de planificar y ejecutar una estrategia de marketing de contenidos basada en la metodología Inbound.

Contenidos y estructura del curso

Inbound Marketing y Marketing de Contenidos. De la teoría a la práctica

Introducción

Definiciones y metodología

Definición de Inbound Marketing

Inbound marketing vs. marketing tradicional

Definición de Marketing de contenidos

Ejemplos de contenidos

Beneficios de contar con una estrategia de contenidos Inbound

Ventajas de implementar una estrategia de contenidos dentro de tu blog

La importancia de tener una estrategia de contenidos en datos

Metodología Inbound aplicada al marketing de contenidos

Conceptos básicos del Inbound Marketing y Marketing de Contenidos

Etapas Inbound - Objetivos - Estrategias

Embudo de conversión

Contenidos que funcionan en cada fase del embudo de conversión

Tipos de contenidos para cada fase

Fases del proceso de compra

Ejemplos de contenidos

Conceptos clave de una estrategia de contenidos

Cómo diseñar una estrategia de contenidos paso a paso

Resumen

Herramientas básicas del Inbound Marketing: Buyer Persona y Customer Journey Map

Introducción al buyer persona

Diseño estratégico centrado en el consumidor (Customer centricity)

Características del consumidor digital

El consumidor digital Post Pandemia

Cómo crear tu Buyer Persona

¿Qué es un buyer persona?

Buyer persona VS. público objetivo

Utilidad del buyer persona

Aspectos a tener en cuenta para crear buyer personas

Cómo crear un buyer persona paso a paso

Ejemplos de buyer persona

Cómo crear un Customer Journey Map
Customer Journey Map
Qué se incluye en un Customer Journey Map
Utilidad del Customer Journey Map
Cómo diseñar un Customer Journey Map paso a paso
Ejemplo de Customer Journey Map
Resumen

Conceptos básicos de SEO aplicados al Marketing de Contenidos

Introducción
¿Qué es el SEO?
Ventajas del SEO
Tipos de SEO: On Page y Off Page
SEO On Page
SEO Off page
SEO White Hat y SEO Black Hat
SEO técnico, SEO Estratégico y SEO Analítico
Conceptos clave SEO
Cómo hacer una estrategia SEO paso a paso
Resumen

El Marketing de Contenidos en la Práctica

Introducción
Calendarización de contenidos
¿Qué es un calendario de contenidos y para qué sirve?
Ventajas de contar con un calendario de contenidos
Tipos de enfoques del calendario de contenidos
Elementos del calendario de contenidos
Creación de contenidos
Cómo escribir un post optimizado para Google paso a paso
Cómo hacer curación de contenidos paso a paso
¿Cómo utilizar Feedly para hacer curación de contenidos?
Resumen

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

