

Herramientas de inbound marketing

Modalidad: curso e-Learning Duración: 10 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Cómo crear una red de Influencers para que se conviertan en prescriptores de marca.
2. Realizar cápsulas de contenido audiovisual para enriquecer la planificación de marketing desde la perspectiva own, paid y earned media.
3. Cómo diseñar acciones de branded content a través de canales propios o de terceros para estimular tráfico o extender la notoriedad de marca.
4. Cómo configurar estrategias de emailmarketing para optimizar ratios de apertura y rendimiento.

CONTENIDOS

Unidad 1. Bloggers, instagrammers y comunidades verticales.

1. Ventajas de incorporar influencers a tu planificación de marketing.
2. Contribución a objetivos de marketing y evaluación.
3. Aspectos clave de la negociación con Influencers.

Unidad 2. Youtube, Twitter, Instagram: canales temáticos y cómo realizar correctamente una retransmisión en directo.

1. ¿Qué aportan los contenidos audiovisuales a mi estrategia de marca?
2. Aspectos operativos de las campañas audiovisuales.
3. Consejos prácticos para la ejecución y edición de tus vídeos.

Unidad 3. Outbrain, publireportajes, artículos patrocinados.

1. Diferencias entre inbound y outbound marketing.
2. Pros y contras del marketing de contenidos.
3. Tipología de contenidos.
4. Incorporación de estrategia de contenidos para pequeñas y medianas empresas.

Unidad 4. Newsletters a través de CMS propios o herramientas de terceros, listas de bloqueo, tracking.

1. Email marketing: situación actual.
2. ¿Cuáles son sus oportunidades?
3. ¿Cómo integrar entonces el mail marketing en tu planificación de marketing online?