



Objetivo

Hoy, los hábitos de compra han cambiado, los usuarios prefieren informarse en Internet. El 60% de las decisiones de compra se toman antes de contactar con ningún comercial y esta cifra continúa subiendo. Pero esto, lejos de ser una amenaza, nos abre una gran oportunidad para acercarnos antes que nuestros competidores a esta nueva tipología de potenciales clientes.

El módulo introduce el concepto de Inbound Marketing y presenta cómo está haciendo evolucionar los planteamientos convencionales del marketing digital reorientándolo con un enfoque a resultados que proporciona a las empresas tres veces más contactos que con otras metodologías.

Los alumnos aprenderán a utilizar esta metodología, descubrirán las fases y herramientas que emplea e identificarán los sectores y las empresas en las que funciona de una manera más eficiente.

A quién va dirigido

Community Managers, profesionales del Social Media y Marketing Online, Emprendedores, personas que quieran potenciar su Marca Personal, Periodistas y Bloggers.

Se requiere tener conocimientos en Social Media.

Ponente

D. Marcos García
Director Estratégico en Connex

D. Ximo Cortés
Director de Proyectos en Connex

Metodología:

Curso asistido con ordenador. portátil del alumno, consultar disponibilidad)

Fechas: 24 y 26 de octubre,
2, 7 y 9 de noviembre de 2016.

Horario: lunes y miércoles de 15:30 a 19:30

Importe: 295 €* (PLAZAS LIMITADAS)
***FORMACIÓN BONIFICABLE POR:**



Programa

1. Introducción al Inbound Marketing

- a) Historia
- b) Definición
- c) Inbound vs outbound

2. El proceso de compra después de la transformación digital

- a) ¿Por qué cada vez cuesta más vender?
- b) Los nuevos procesos de compra

3. Las fases del Inbound Marketing

- a) Fideliza. Atracción
- b) Conversión
- c) Automatización
- d) Fidelización

4. La metodología del Inbound Marketing

- a) Situación actual: visitas, leads y clientes por el canal digital
- b) Objetivos
- c) Buyer personas y Análisis del entorno
- d) Estrategia digital y Calendario editorial
- e) Herramientas de inbound marketing
- f) Medición y análisis

5. Las herramientas del Inbound Marketing

- a) SEO e Inbound
- b) Content Marketing e Inbound
- c) Landings e Inbound
- d) E-Mail marketing Inbound
- e) CRM

6. Equipo de inbound marketing

- a) Márketing+Ventas=Negocio
- b) Construir un canal de captación propio
- c) ¿Cuándo es adecuado hacer esta inversión para mi empresa: el concepto de Life time value
- d) ¿Cómo lo abordamos: desarrollo interno o contratamos a una agencia?

- 1. **Workshop 1:** Aprende a construir tus Buyer Persona
- 2. **Workshop 2:** Cómo construir un calendario editorial
- 3. **Workshop 3:** Plataformas tecnológicas de automatización e Inbound Marketing