

# INBOUND MARKETING:

## Consigue la Certificación de Inbound. Cómo implantar una metodología de Marketing Digital orientada a resultados

### Objetivo

Una de las tendencias de las que más se están hablando en marketing digital es Inbound Marketing y consiste en hacer que sea el usuario el que te encuentre a ti en lugar de ir a buscarle. ¿Cómo se consigue? Con una metodología específica junto con las herramientas de marketing digital que tenemos a nuestra disposición: Marketing de Contenidos, SEO, Web, Email Marketing y la analítica como eje central en toda la metodología.

En este curso de Inbound Marketing aprenderás a implantar la metodología de marketing digital orientada a resultados consiguiendo en cada una de las fases del embudo alcanzar tus objetivos de atracción, conversión y fidelización.

Este curso es eminentemente práctico y en cada una de las sesiones se trabaja los conceptos aprendidos. Además, conseguirás la certificación de Inbound Marketing con HubSpot.

### 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*

#### Metodología:

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

**Fechas:** 13, 18, 20, 25, 27 de junio, 2, 4 de julio de 2019

**Horario:** martes y jueves de 15:30 a 19:30h

### Importe

395 €\* (PLAZAS LIMITADAS)

\*FORMACIÓN BONIFICABLE POR:

### Programa

1. La metodología Inbound
  - a) Orígenes e inicios del Inbound Marketing ¿por qué una metodología diferente?
  - b) Las ventajas del Inbound Marketing frente a otras aproximaciones
  - c) Cómo se plantea una estrategia de Inbound Marketing:
    - a) Análisis interno y externo
    - b) Definición de Buyer Persona
    - c) El Customer Journey
    - d) El embudo de captación
  - d) TALLER: Cómo analizar a tus Buyer Persona
2. Atracción (1): elementos internos
  - a) SEO OnPage
    - i. Análisis de Keywords
    - ii. Estrategia de posicionamiento
    - iii. Herramientas
  - b) Estrategia de contenidos
    - i. Factores a tener en cuenta en una estrategia de contenidos ganadora
    - ii. Mapas de contenidos
  - c) TALLER: cómo escribir para Google
3. Atracción: elementos externos
  - a) Estrategia Inbound para Redes Sociales
  - b) Relaciones Publicas Digital:
    - i. Análisis de referentes
    - ii. Acciones de Growth Hacking
  - c) TALLER: cómo impulsar la visibilidad Off-Site
4. Conversión:
  - a) Estrategia Web: GrowthDriven Design
  - b) Cómo mejorar la conversión
    - i. Uso de formularios
    - ii. Anatomía de una landing page perfecta
  - c) Cualificación de contactos
  - d) Taller: cómo diseñar una ScoreCard
5. Venta y fidelización:
  - a) Integración de ventas
    - i. Diseño de un Pipeline de ventas
    - ii. Uso de CRM
  - b) Fidelización
  - c) Automatización y Marketing inteligente: Workflows, Email marketing y Automatización
  - d) Taller: Cómo diseñar un ScoreCard
6. Herramientas Inbound: Hubspot
  - a) Herramientas de contenidos
  - b) Gestión de Base de datos
  - c) Módulo de analíticas
  - d) Gestión de CRM
7. La activación de la estrategia
  - a) El equipo Inbound
8. Examen de Certificación Inbound con HubSpot