

COMM0078 MARKETING ONLINE EN EL SECTOR DE LA CONSULTORÍA

Metodología

Teleformación

Duración

30 horas

Objetivos didácticos

Integrar las bases y herramientas del marketing digital y el potencial del social media marketing en una empresa de consultoría.

Temario del curso

Módulo 1: Marketing Online y funciones de la persona Community Manager

- **Explicación del Marketing Online**
 - Evolución de la web: desde la web 1.0 hasta la web 3.0
 - La era de la web social (web 2.0)
 - Cambio de paradigma: de la pasividad a la participación de la persona usuaria
 - Definición y Estrategias de marketing digital
 - Debate sobre sostenibilidad y ecologismo: Marketing online, tradicional y blended marketing
 - Consumo energético en marketing digital y prácticas para reducir el impacto ambiental
- **Uso del marketing online y la función de la persona Community Manager**
 - El Marketing de Resultados
 - Marketing en buscadores: PPC, SEO y SEM
 - Redes de personas afiliadas
 - Brand Marketing
 - Social Media Marketing y sostenibilidad
 - Promoción de valores ecológicos en campañas digitales
 - La función de la persona Community Manager
 - Buzz y viral marketing

Módulo 2: Herramientas web 2.0 y Social Media Marketing

- **Clasificación de las herramientas Web 2.0**
 - Tipologías de los Medios Sociales relacionados con el sector
 - Herramientas web para promocionar e incrementar la visibilidad de un negocio en Internet
 - Selección de herramientas sostenibles para campañas digitales
 - Análisis de experiencias empresariales
- **Análisis del Social Media Marketing en consultoría**
 - Descripción y explicación del SMM

EXPERTOS EN SERVICIOS DE CONSULTORÍA EXES, S.L. – Albasanz, 14 BIS 1ºC – 28037, Madrid. Tlf: 917 54 07 92

formacion@exes.es | exes.es

Grupo Dignitae

- Posibilidades y dificultades de SMM
- Factores Clave del SMM
- Introducción al SMO (Social Media Optimization)
- Estrategias de Social Media e integración de la sostenibilidad: iniciativas y alianzas desde el compromiso ambiental
- El papel de la empresa y del nuevo público consumidor

Módulo 3: Promoción de la empresa consultora en los medios digitales

- **Definición de objetivos y público diana, y de los indicadores (KPIs)**
 - Proceso de definición de objetivos específicos: visibilidad, engagement, leads...
 - Objetivos de sostenibilidad en campañas digitales
 - Diseño de KPIs
 - Definición del público objetivo
 - Herramientas para analizar las audiencias en el entorno digital
- **Composición de la marca y desarrollo del mensaje de valor adaptado al sector consultoría**
 - Identificación de los valores y atributos de marca
 - Storytelling sostenible y valores ecológicos de nuestra marca
 - Tono y voz de la consultoría en redes sociales
- **Precisión de contenidos, calendario y publicidad en redes sociales**
 - Creación de un calendario de publicaciones
 - Campañas publicitarias
 - Gestión de los contenidos
- **Medición de los resultados y métricas**
 - Herramientas de análisis (Google Analytics...)
 - Métricas de impacto ambiental de campañas digitales
 - Interpretación de las métricas