



**Unión Patronal Metalúrgica
de l'Hospitalet y Baix Llobregat.**

Av. Fabregada 93, 1º 3ª, Esc. Dcha.
08901 l'Hospitalet (Barcelona).
Tel.: 93 337 04 50 - Fax: 93 337 50 15
www.aeball.net - info@aeball.net

Estàs realitzant una acció formativa subvencionada pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya i el Fons Social Europeu. Posarem tots els mitjans de la nostra part per a que treguis el màxim profit de la formació. Un cop finalitzada la formació, si has arribat a un mínim d'un 75% d'assistència i has assolit els coneixements, et farem entrega de l'acreditació corresponent.

DIGITAL MARKETING & AUTOMATION MARKETING

OBJECTIU

Adquirir una visió integral dels canals i estratègies de Màrqueting Digital.

DADES DEL CURS

DATA INICI: 30-09-2024

DATA FI: 06-11-2024

HORES PRESENCIALS: 60

HORARI: 16:00 a 21:00h

SESSIONS: dilluns i dimecres

CLASSES AL MES DE SETEMBRE: 30

CLASSES AL MES DE OCTUBRE: 2, 7, 9, 14, 16, 21, 23, 28, 30

CLASSES AL MES DE NOVEMBRE: 4, 6

LLOC D'IMPARTICIÓ: Passeig Sant Joan Bosco 42, 08017 de Barcelona

PROGRAMA

Aproximació a la Search Engine Marketing (SEM), Pay-Per-Click i Adwords.

- Visió genèrica de què es compon el SEM, com fer una estratègia SEM i quin és el seu paper dins de l'estratègia de màrqueting digital.
- Concepte de Search Engine Optimization (SEO), els seus objectius, eines i estratègies.
- Tipus de formats publicitaris que hi ha a les principals xarxes socials.

Coneixement de les bases i les eines de l'analítica web.

- Bases, eines i importància de l'analítica web a l'activitat de l'empresa i com a palanca per a la presa de decisions.
- Google Analytics: estructura, mètriques bàsiques, significat i interpretació.
- Atribució i models de dashboards, així com els KPIs per a la presa de decisions.

Identificació dels fonaments de la comunicació a internet.

- Passos per elaborar un pla de Social Media correcte i estructurat.
- Pautes sobre el tipus de comunicació, to i contingut per als diferents canals i situacions.
- Passos i estratègies per portar a bon port accions a Social Media.

Consolidació en el procés de comunicació a Internet.

- Avantatges que té el correu electrònic màrqueting, així com la necessitat de saber utilitzar l'eina i evitar caure en errors comuns.
- Diferents estratègies comercials que hi ha i el rol del Màrqueting Automation en cadascuna.
- Principals eines d'enviament de correu electrònic màrqueting.

Determinació de la rellevància del CRM i els Funnels de Conversió en la estratègia de màrqueting digital de la empresa.

- Valor del CRM per a l'empresa i centralització de la relació amb el client.
- CRM d'acord amb la filosofia Lean i Agil, per començar de forma ràpida amb les nostres campanyes de
- Funnel o embut de conversió i el seu paper a la nostra estratègia de màrqueting digital. màrqueting i focalitzar-nos en el negoci.

Apropament als conceptes de Lead Nurturing, Lead Scoring i l'Inbound Marketing.

- Lead Scoring i la seva importància a la nostra estratègia d'Inbound
- Màrqueting i conversió
- Principis de l'Inbound Marketing i diferència amb l'Outbound Marketing.
- Cicle de venda i tancament de l'Inbound Marketing i entendre com totes les campanyes digitals giren al seu voltant.