

MARKETING Y VENTAS

MARKETING DIGITAL

DESCRIPCIÓN GENERAL

La evolución de la tecnología ha transformado la manera en que las personas interactúan, el uso de las redes sociales, mensajería instantánea, aplicaciones móviles y el acceso a los smartphones como parte de nuestra vida diaria es ya una realidad.

Como profesionales debemos estar preparados para poder comunicarnos de manera efectiva en este nuevo entorno. Si queremos entregar el mensaje adecuado utilizando los medios digitales, tenemos que tener presente todas las recomendaciones y buenas prácticas para poder lograr la atención de los consumidores. En ese sentido, de nada nos sirve tener un millón de fans en Facebook si solo interactúan diez o veinte o de nada nos sirve tener la mejor página web o aplicación móvil si no tenemos visitantes o usuarios activos que la aprovechen.

De igual manera debemos entender cómo podemos aprovechar toda la información que dejan los consumidores cuando utilizan nuestros medios digitales y aprovechar este insumo para anticiparnos y entender su comportamiento para sorprenderlo con un mensaje oportuno, relevante y que sea enviado por el canal adecuado.

Este curso brindará los conocimientos necesarios para poder entender este entorno y conocer las recomendaciones y buenas prácticas para generar campañas digitales inteligentes que generen “engagement” con el cliente y por ende logremos nuestros objetivos.

DIRIGIDO A

Este curso está dirigido a profesionales que quieren complementar los conocimientos de marketing tradicional y quieren aprender sobre las herramientas digitales. Igualmente a todas las personas que quieran aprender sobre cómo las nuevas tecnologías, estrategias de marketing digital y redes sociales, los pueden ayudar con sus objetivos de venta y posicionamiento. Finalmente a cualquier persona que quiera actualizarse sobre las nuevas tendencias globales de Marketing Digital y Redes Sociales.

OBJETIVOS

El presente curso tiene como propósito principal brindar al participante los conocimientos necesarios para tener una visión general del marketing digital, entender al nuevo consumidor digital para poder generar “engagement” en el desarrollo de sus campañas digitales.

TEMARIO

Introducción al Marketing

- El nuevo consumidor
- Conceptos Básicos
- Definición de Plan de Marketing

Qué es el Marketing Digital

- Definición
- Diferencias o Similitudes con el Marketing Tradicional
- Herramientas Digitales

Comunicación Digital

- Nuevo Paradigma de la comunicación
- Comunicación inteligente y automatizada : “Marketing Automation”
- Estrategia multicanal : Cross Media

Website y Mobile: Principales medios digitales

- Fundamentos de una página WEB
- Definición SEO y SEM
- Mobile Marketing
- Por qué es importante medir : Web Analytics

Marketing en Redes Sociales

- Plan de Social Media para las principales redes : Facebook, Twitter, Youtube, Instagram
- Claves para el desarrollo de campañas de social media
- Herramientas de gestión de redes.

Publicidad Digital

- Introducción a la Publicidad Digital
- Branding vs Performance
- Formatos y modelos de compra

El Futuro

- Tendencias : Capacidades Cognitivas, IOT (Internet of things), Bitcoins

EXPOSITOR: GIULIO MARCHENA

Profesional con más de 10 años de experiencia, participó en la implementación de Sistemas de Información y Aplicación de Tecnologías Emergentes como: Balanced Scorecard, Business Intelligence, CRM, e-Business así como la concepción de servicios basados en las nuevas tecnologías de Servicios en la Nube, Tecnologías Móviles, entre otros.

Como instructor ha tenido la oportunidad de dictar cursos en la empresa Microhelp, en MS Office, Visual Studio .NET, SQL Server y Microsoft Project. Asimismo, en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega se ha desempeñado como profesor de los Cursos de programación en .NET, Sistemas de Información e Inteligencia de Negocios. En la Cámara de Comercio de Lima, impartió los cursos Avanzados de Desarrollo de Aplicaciones en Visual Studio 2008 y en Cibertec perteneció al staff de profesores del DAT (División de Alta Tecnología).

Como Jefe de Proyectos en Gesfor Osmos Perú, Socio de Negocio y Gold Partner de Microsoft Perú, participó en proyectos internos para Microsoft Latinoamérica, entre los que se encuentra la Herramienta de Análisis y Predicción de Ventas, así como proyectos para el sector bancario (BCP), seguros (AFP Horizonte), sector privado (ONP, Pequiven), entre otros. Actualmente se desempeña como Gerente Adjunto de Gestión de Servicios de TI dentro de la División de Sistemas del Banco de Crédito del Perú. Tiene la misión de definir el Catálogo de Servicios que sistemas ofrecerá a los clientes internos (Áreas de Negocio) y subsidiarias (Prima, Credicorp Capital, Pacífico Vida, Mi Banco, entre otros). Asimismo, se encarga de definir los acuerdos de niveles de servicio para asegurar la calidad de los mismos. Es certificado en las mejores prácticas de Gestión de Servicios ITIL.

DURACIÓN: 24 HORAS

DIAS: LUNES