CURSO DE MARKETING DIGITAL VIRTUAL 40 HORAS

Módulo 1. Fundamentos del marketing digital
- ¿Qué es marketing?
-¿Qué es marketing digital?
- Evolución del marketing tradicional al digital.
- Importancia del marketing para las empresas.
- El cliente en la era digital.
- Necesidades, deseos y comportamiento del consumidor.
- Segmentación básica de clientes.
- Propuesta de valor.
- Recorrido del cliente: atraer → conectar → vender → fidelizar.

Módulo 2. Redes sociales y creación de contenidos
- Principales redes sociales y sus características.
- Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp Business.
- ¿Qué publicar y para quién?
- Contenido informativo, educativo, comercial y de entretenimiento.
- Fotografía y video para productos.
- Redacción de publicaciones.
- Llamados a la acción.
- Calendario básico de contenidos.

Módulo 3. Estrategias digitales y publicidad online
- ¿Qué es una estrategia digital?
- Objetivos de una campaña.
- Alcance, interacción, tráfico y conversión.
- Publicidad en redes sociales.
- Conceptos básicos de segmentación.
- Presupuesto publicitario.
- Anuncios y llamados a la acción.
- Diferencia entre publicación orgánica y publicidad paga.
- Introducción a las métricas digitales.

Módulo 4. Ventas digitales y comercio electrónico
-¿Qué son las ventas digitales?
- Proceso de venta por Internet.
- Del contacto a la compra.
- Canales digitales de venta.
- WhatsApp Business como herramienta comercial.
- Catálogo digital.
- Atención y asesoría al cliente.
- Técnicas básicas de negociación.
- Manejo de objeciones.
- Cierre de ventas.
- Métodos de pago.
- Seguimiento después de la venta.

Módulo 5. Experiencia del cliente y fidelización
-Importancia del servicio al cliente.
- Experiencia del cliente digital.
- Comunicación efectiva.
- Respuesta a consultas y comentarios.
- Manejo de clientes inconformes.
- Quejas y reclamos.
- Fidelización.
- Recompra.
- Recomendaciones y referidos.
- Construcción de relaciones a largo plazo.

Módulo 6. Indicadores y plan de marketing y ventas –
- ¿Por qué medir?
- Principales indicadores digitales.
- Interacciones.
- Seguidores.
- Visitas.
- Clics.
- Conversiones.
- Ventas.
- Tasa de conversión.
- Retorno de la inversión publicitaria.
- Análisis básico de resultados.
- Elaboración de un plan básico de marketing y ventas digitales.