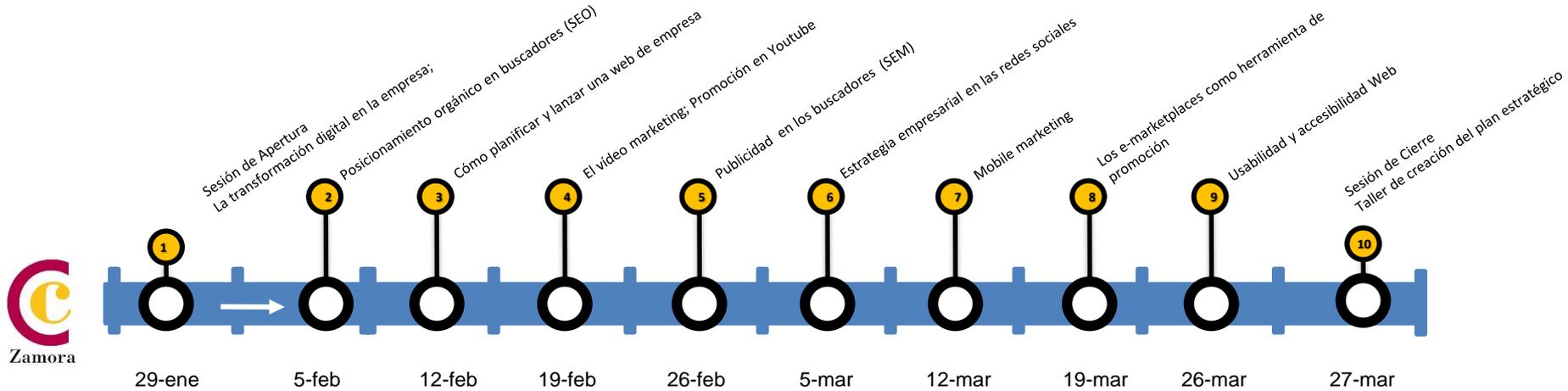


# Curso de Marketing Digital

## Itinerario formativo de Transformación Digital

Proyecto Competic  
Zamora, Enero-Marzo 2019

## Itinerario formativo Transformación Digital 2019



## **ORGANIZACIÓN**

### **CALENDARIO:**

*Martes, 29/01, 05/02, 12/02, 19/02, 26/02, 05/03, 12/03, 19/03, 26/03 y miércoles 27/03.*

**HORARIO:** *De 09:00 a 14:00 horas.*

**NÚMERO TOTAL DE HORAS:** *50 horas formativas distribuidas en 10 sesiones de 5 horas/sesión.*

**INSCRIPCIONES:** *A través del enlace <http://bit.ly/digitalzamora>*

**PLAZAS LIMITADAS:** *Admisión por riguroso orden de inscripción. Tendrán preferencia las empresas ubicadas en el medio rural de la provincia de Zamora y que no hayan participado en actividades anteriores del proyecto Competic. Se exige un compromiso en firme de asistencia a las sesiones.*

**CURSO GRATUITO:** *(previa inscripción)*

**FECHA LÍMITE DE INSCRIPCIÓN:** *23 de Enero de 2019*

**LUGAR:** *Vivero de Empresas de la Cámara de Comercio de Zamora (Avda. de la Feria 10. 49031 Zamora)*

**INFORMACIÓN ADICIONAL:** *Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Zamora.*

*C/ Pelayo 6, 1º. 49014 Zamora [www.camarazamora.com](http://www.camarazamora.com)*

*e-mail: [cexterior@camarazamora.com](mailto:cexterior@camarazamora.com) Tel: +34 980 533 182 / +34 980 530 050*

## Sesión de Apertura (29 de enero)

### La transformación digital en la empresa; Tendencias del marketing, web y redes sociales.

Internet se comporta como un organismo vivo y, como tal, evoluciona. Desde sus inicios en 1966 hasta la red que hoy en día conocemos, no ha dejado de cambiar. Hemos pasado de la web 1.0 al 2.0, el 3.0 (el internet móvil) y ahora es el turno de la web 4.0, una nueva internet donde las máquinas entienden los humanos y muestran signos de inteligencia.

En esta sesión veremos qué es la web 4.0, como afecta a las personas, como es que se adapten las empresas y qué cambios provoca en la oferta de productos y servicios de las empresas.

También se presentará el nuevo Itinerario de la Cámara, una nueva propuesta formativa en torno al ámbito de la transformación digital.

Ponente: Víctor de Francisco

<https://www.linkedin.com/in/victordefrancisco/>

# Posicionamiento orgánico en buscadores (SEO) (5 de febrero)

Aprende las técnicas que utilizan los profesionales del SEO para aparecer en cualquier buscador y en cualquier país del mundo

En este taller se establecerán las bases para la creación de una estrategia de posicionamiento orgánico SEO en los buscadores desde el punto de vista de una empresa que quiere llevar a cabo acciones locales o internacionales.

Descubriremos los buscadores más importantes por países y las técnicas que debemos usar para planificar, configurar y hacer el seguimiento de una estrategia de posicionamiento.

Al finalizar este taller dispondrá de la estrategia para su negocio, para poder desarrollar correctamente la técnica del SEO.

**Ponente: Sergio Maestre**

<https://es.linkedin.com/in/sergiomaestre>

# Cómo planificar y lanzar una web de empresa (12 de febrero)

## Las bases para la creación de un sitio web, microsites o páginas de aterrizaje de campañas

No todas las empresas son iguales, entonces ¿porqué hacer la web de nuestra empresa igual que la de nuestra competencia?

Veremos qué tipos de webs podemos hacer dependiendo de las necesidades de nuestra empresa.

Webs estáticas, webs dinámicas, tiendas online ¿qué necesitamos?

Veremos cómo debería ser un sitio web tanto en el ámbito técnico como en el del marketing. Los puntos críticos de la arquitectura de la información, diseño, tecnología. Profundizar en la creación de los contenidos (como hacer un «quiénes somos» que conecte con la gente y la lleve hacia nosotros, como transmitir confianza, marketing de contenidos, como maximizar la conversión de visitas en clientes, etc.). También veremos cómo podemos crear otros formatos como las páginas de aterrizaje para convertir el máximo de las visitas que hemos llevado al sitio web desde las campañas publicitarias.

**Ponente: Oscar Martín**

<https://www.linkedin.com/in/oscar-martin-690282a>

## El Vídeo marketing (19 de febrero)

### Youtube para promocionar productos y servicios

El vídeo, y en concreto Youtube, hoy es una herramienta de marketing aún poco explotada en muchos sectores. Una estrategia de comunicación en Internet basada en vídeos puede ayudar a la empresa a tener presencia efectiva en todo tipo de mercados (tanto nacionales como internacionales).

Si bien la creencia es que la elaboración de vídeos es compleja y queda fuera del alcance de muchas empresas la realidad es mucho más sencilla.

Los objetivos de este seminario son explicar a las empresas cómo aprovechar el potencial de este canal.

**Ponente: Carlos Enrile**

<https://es.linkedin.com/in/carlosenrile>

## Publicidad en buscadores (SEM) (26 de Febrero)

Aprende las técnicas para aparecer en cualquier buscador y en cualquier país del mundo

Hay quien piensa que Google Ads es una herramienta publicitaria diseñada sólo para los que venden productos de consumo. En cambio, es una herramienta estratégica para llevar a cabo acciones locales y móviles tanto B2B como B2C en cualquier país del mundo. Si desea saber como una empresa puede utilizar Google Ads para hacer publicidad en cualquier país del mundo, necesita asistir a este taller.

Se explicaran los diferentes tipos de campañas disponibles; búsqueda, display, shopping, video y remarketing, y cómo aplicarlas en la empresa.

Mediante el método del caso se planificará una campaña de búsqueda para que cada asistente salga del curso con una base para empezar sus acciones SEM a corto plazo.

Ponente: Víctor de Francisco

<https://www.linkedin.com/in/victordefrancisco/>

# Estrategia empresarial en las redes sociales (5 de marzo)

## Estar en Internet no es estar en Internet

Estar en Internet no es simplemente tener una web y/o blog, y publicar en las redes sociales, sino que requiere una manera de estar y de trabajar.

Lo importante es que nuestra empresa marque una impronta diferente en el sector al que nos dirigimos, y se convierta en un referente para los usuarios que se acercan, para los proveedores que nos suministran y para la competencia.

Antes de adentrarnos en las principales redes sociales, nos pararemos a ver la importancia que tiene nuestra web y/o blog, como espacio de generación de contenido. Contenido que posteriormente se dará a conocer en las redes sociales, que es donde está el público potencial al que nos dirigimos.

Analizaremos redes sociales como Facebook, Instagram, Google My Business...

Ponente: Mariví Lastra

<https://es.linkedin.com/in/marivi-lastra>

## Promocionando un negocio con APPs mobile (12 de marzo)

Buscando la utilidad para que los clientes potenciales decidan conservarla instalada en su smartphone

Conseguir que una aplicación para dispositivos móviles permanezca indefinidamente hoy en día es mayor reto que el descargarla inicialmente.

Por lo que es un gran motivo para crearlas con un objetivo beneficioso para ambas partes, negocio y usuario. Partiendo de una estrategia inicialmente establecida.

Durante esta clase teórico-práctica generaremos ideas útiles que podamos ofrecer a nuestro potencial público y veremos como aplicarlas a través de diferentes caminos.

También, descubriremos como iniciarnos en las plataformas de creación online de apps mediante asistentes paso a paso.

Ponente: Héctor Abril

<https://www.linkedin.com/in/hectorabril/>

## Los e-marketplaces como herramienta de promoción (19 de marzo)

### Amazon, e-bay, tmall, cómo podemos aprovechar su potencial

Los mercados electrónicos, también llamados e-marketplaces, son portales donde se encuentran la oferta y la demanda entre empresas (B2B), a nivel multisectorial (portales horizontales) o de un sector específico (portales verticales).

Existen diferentes tipos de e-marketplaces, los privados que son controlados por una gran empresa que normalmente la utiliza el portal para concentrar sus proveedores en un mismo lugar para optimizar sus procesos productivos en todos los ámbitos, y los e-marketplaces abiertos, que se caracterizan por su transparencia, controlados por empresas que dan el servicio.

Ponente: Sergio Maestre

<https://es.linkedin.com/in/sergiomaestre>

## Usabilidad y accesibilidad Web (26 de marzo)

Traes tráfico a tu web... ¿pero no convierte?

Todos los esfuerzos para atraer tráfico de calidad a nuestra web serán en vano si tenemos un sitio web con fallos de usabilidad que nos hace perder a nuestros potenciales clientes.

En este taller revisaremos las principales metodologías utilizadas para evaluar y detectar posibles problemas de usabilidad: test de usuarios, Evaluación Heurística y pruebas etnográficas.

Al finalizar la sesión los asistentes tendrán su propio listado de criterios que les permitirá poder valorar la usabilidad de cualquier web. Sin olvidarnos de mencionar conceptos importantes como la accesibilidad y la experiencia de usuario.

Ponente: Yolanda Polo

<https://www.linkedin.com/in/yolanda-polo-abad/>

## Sesión de Cierre (27 de marzo)

### Taller de creación del plan estratégico de marketing digital

La sesión de cierre se centrará en la creación de un plan estratégico de marketing digital en la empresa, a modo de taller y que pone en contexto todos los conocimientos aprendidos en los diferentes cursos del itinerario formativo.

Veremos como desarrollar un análisis de competidores on-line, como fijar los objetivos, cómo definir una estrategia y aplicarla en la web, elegir las tácticas de las acciones de promoción y publicidad, y finalmente descubrir los indicadores de éxito a través de la analítica Web que tendríamos que seguir para asegurarnos que conseguimos los objetivos.

Ponente: Víctor de Francisco

<https://www.linkedin.com/in/victordefrancisco/>