

PLAN FORMATIVO

Conversión Máxima: Estrategias Avanzadas de Generación de Leads

Gestionado por:



kingscorner

Organizado por:



Financiado por:



PRESENTACIÓN DEL CURSO

DENOMINACIÓN: Conversión Máxima: Estrategias Avanzadas de Generación de Leads

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO ESTE CURSO?

Socios del Clúster Logístico de Aragón

OBJETIVO DEL CURSO

- 1.** Proporcionar a los estudiantes las habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias de marketing efectivas utilizando tanto Inbound como Outbound marketing.
- 2.** Analizar el embudo de ventas, la prospección y cualificación de clientes, el conocimiento del buyer persona y customer journey, el posicionamiento web, el marketing de contenidos, el email marketing, y la legalidad en el marketing.
- 3.** Desarrollar de habilidades prácticas, permitiendo a los estudiantes aplicar los conocimientos teóricos en proyectos concretos de Inbound y Outbound marketing.

PROGRAMA FORMATIVO DEL CURSO

Módulo 1: Desarrollo de estrategias de Inbound marketing.

- Duración: 30 horas

- Contenido:

- 1.1. ¿En qué consiste el Inbound marketing? Análisis.
- 1.2. Clasificación de las Etapas de Inbound marketing.
- 1.3. Conocimiento de Buyer persona y customer journey.
- 1.4. Análisis de Posicionamiento web.
- 1.5. Análisis de Marketing de contenidos.
- 1.6. Análisis de Email marketing.
- 1.7. Desarrollo de Herramientas de Inbound marketing.
- 1.8. Análisis de Marketing de permiso.
- 1.9. Conocimiento de los Aspectos legales. RGPD.
- 1.10. Capacidad práctica: Desarrollo de estrategias de Inbound Marketing.

- Resultados de aprendizaje:

- Definir acciones promocionales según los objetivos comerciales, incremento de ventas o rentabilidad de espacios comerciales.
- Elaborar elementos promocionales para establecimientos comerciales, utilizando los materiales y equipos adecuados.
- Aplicar métodos de control de eficiencia en acciones promocionales en el punto de venta.
- Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.

Módulo 2: Desarrollo de estrategias de Outbound marketing

- Duración: 30 horas

- Contenido:

- 2.1. Análisis del embudo de ventas.
- 2.2. Encontrar el cliente ideal.
- 2.3. Prospección de clientes.
- 2.4. Cualificación de clientes.
- 2.5. Desarrollo de habilidades para hablar con la persona adecuada.
- 2.6. Obtención de leads.
- 2.7. Capacidad práctica: Desarrollo de estrategias de Outbound Marketing.

- Resultados de aprendizaje:

- Definir acciones promocionales según los objetivos comerciales, incremento de ventas o rentabilidad de espacios comerciales
- Elaborar elementos promocionales para establecimientos comerciales, utilizando los materiales y equipos adecuados.
- Aplicar métodos de control de eficiencia en acciones promocionales en el punto de venta.
- Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.

