



Marketing de automatización

Automatizar determinadas acciones permite a los equipos de marketing dedicar menos tiempo a tareas repetitivas y mejorar el seguimiento de clientes y campañas. Este curso aborda los fundamentos del performance marketing, redes sociales y monitorización necesarios para avanzar hacia una gestión más automatizada.

Código Acción: COMM103PO

Familia profesional: Comercio y marketing

Área profesional: Marketing y relaciones públicas

Duración: 30 horas

Módulos: 3 bloques de contenidos

Modalidad: Teleformación



Especialmente indicado para:

Profesionales de marketing digital, comunicación, captación y desarrollo de negocio interesados en mejorar la eficiencia de sus campañas y procesos digitales.

¿Qué mejora aporta este curso?

Ayuda a optimizar tiempos, realizar un seguimiento más sistemático de las acciones y mejorar el impacto de las comunicaciones y campañas de marketing.

Necesidades de formación que cubre:

Permite comprender el funcionamiento del funnel, relacionar branding y performance y utilizar herramientas digitales para escuchar, monitorizar y analizar las interacciones con el público.

Objetivos:

- Comprender el performance marketing.
- Analizar el funnel de conversión.
- Diferenciar branding y performance.
- Diseñar una estrategia en redes sociales.
- Comprender las funciones del Community Manager.
- Aplicar escucha activa digital.
- Utilizar herramientas de monitorización.
- Mejorar la eficiencia de los procesos de marketing.

Contenidos:

1. Performance Marketing

- Funnel de conversión.
- Branding frente a performance.

2. Social Media Strategy

- Community Management.
- Funciones, objetivos y habilidades.
- Gestión de redes sociales.
- Casos prácticos.

3. Monitorización y escucha activa

- Importancia de la monitorización.
- Escucha activa.
- Ventajas.
- Herramientas de seguimiento.