

Temario Estrategias de Marketing en Contenidos

TEMA 1 ¿Qué es el marketing de contenidos?

- Definición de marketing de contenidos
- Marketing de atracción o Inbound Marketing
- ¿Por qué dicen que el contenido es el rey?
- De la pyme a la multinacional: todos pueden hacer marketing de contenidos
- Marketing de contenidos en grandes compañías
- Marketing de contenidos en PYMES

TEMA 2 Curación de contenidos

- Objetivos de la curación de contenidos
- Estrategias para la curación de contenidos
- Preparación previa
- Las 4S de la content curation
- Herramientas para la curación de contenidos
- Caso práctico resuelto

TEMA 3 Tipos de contenidos

- Contenidos generados internamente
- Web
- Blog
- Microsites
- Landing pages
- Listas de correo
- Redes sociales
- Foros de discusión
- Eventos 2.0
- Apps
- Infografías
- Portfolios digitales de producto
- FAQ
- Galerías fotográficas
- Vídeos
- Podcasts
- Libros, manuales, whitepapers, revistas electrónicas y documentos descargables
- Encuestas, tests y pruebas científicas
- Sorteos y concursos
- Reutilización de contenidos
- Contenidos realizados por terceros: el prosumidor
- Menciones en las redes sociales
- Comentarios en el blog de la marca
- Opiniones en otros blogs, reviews y videoreviews
- Sorteos y concursos
- Apariciones en foros de discusión
- Listas y rankings
- Entrevistas y reportajes en medios online
- Portales verticales
- Eventos 2.0

TEMA 4 Marketing mix, equipo y competencia

- Breve descripción del marketing mix
- El equipo: figuras clave dentro de la empresa
- Análisis de la competencia

TEMA 5 Estrategia de marketing de contenidos

- Objetivos SMART
- Segmentación del target
- Planificación de la estrategia de marketing de contenidos
- Plan estratégico
- Seguidores, leads, clientes y prosumidores
- Plan táctico
- Calendario editorial

TEMA 6 El blog: el cuartel general del marketing de contenidos

- Definición del blog
- ¿Qué son los blogs de empresa?
- ¿Para qué sirven los blogs de empresa?
- Estructura del blog
- Diseño del blog
- Ritmo de publicaciones
- Categorización
- Comentarios y moderación
- Blogosfera

TEMA 7 Redacción en el blog corporativo

- ¿Escribimos para Google o para personas?
- Redacción para personas
- Patrón de lectura web
- Estructura de la pirámide invertida
- Romper la uniformidad del texto
- Guía de estilo
- Redacción para Google
- ¿Qué son las palabras clave?
- Consejos para la búsqueda de la palabra clave
- Consejos para añadir palabras clave a los posts
- Contenidos originales

TEMA 8 Herramientas para la gestión de contenidos

- CMS (Content Management System)
- Ejemplo de CMS: Wordpress
- Herramientas para publicar contenidos en redes sociales
- Hootsuite
- Tweetdeck
- Buffer
- IFFFT
- Acortadores de URL
- Listas de correo

- ¿Por qué tener listas de correo?
- ¿Cómo conseguir suscriptores?
- ¿Qué tipo de contenidos enviar por correo electrónico?
- MailChimp
- Consejos a la hora de diseñar
- Newsletters
- Visión general de las herramientas para el marketing de contenidos

TEMA 9 KPI para marketing de contenidos

- Métricas web
- Usuarios
- Sesiones por dispositivo
- Páginas vistas
- Porcentaje de rebote
- Datos geográficos
- Mapas de calor
- Fuentes de tráfico
- Duración media de la sesión
- Métricas sociales
- Seguimiento de clics en redes sociales
- Alcance en Facebook
- “Me gusta”, comentarios y compartidos en Facebook
- Interacciones con el contenido de Twitter
- Social bookmark del blog
- Comentarios en el blog
- Otras métricas sociales
- Métricas email
- Métricas de negocio
- Conversión
- ROI

Anexos

NOTA: Los contenidos del programa pueden sufrir variaciones durante el curso, debido a posibles actualizaciones para ajustarlos a la constante evolución del entorno online.