ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE DEL ÉXITO

Guía del Curso

COMM43 PROFESIONAL DEL MARKETING DIGITAL EN LA INDUSTRIA DE LA PIEL Y EL CALZADO

Modalidad de realización del curso: A distancia y Online

Titulación: Diploma acreditativo con las horas del curso

OBJETIVOS

El curso COMM43 PROFESIONAL DEL MARKETING DIGITAL EN LA INDUSTRIA DE LA PIEL Y EL CALZADO ofrece formación especializada en la familia profesional de Marketing digital. Con este curso COMM43 PROFESIONAL DEL MARKETING DIGITAL EN LA INDUSTRIA DE LA PIEL Y EL CALZADO el alumnado podrá desarrollar la capacidad necesaria para utilizar las redes para llegar a los actores principales, consumidores y clientes en la industria de piel y calzado.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TECNOLOGÍA WEB PARA COMERCIO ELECTRÓNICO, MARKETING Y VENTAS EN LÍNEA EN EMPRESAS DE PIEL Y CALZADO

1. Implementación de una estrategia de marketing digital en el sector de piel y calzado
2. - Marketing digital y estrategia de marca.
3. - Viaje del cliente y personas compradoras.
4. - Embudo de marketing digital.
5. Diseño de contenidos para una estrategia de marketing.

6. - Generación y crianza de leads.
7. - Estrategia de marketing de contenidos.
8. - Crear un plan de medios de contenido.
9. Optimización de motores de búsqueda.
10. - Estrategia de SEO.
11. - Técnicas básicas de SEO en la página.
12. - Técnicas básicas de SEO fuera de la página.
13. - Diseño para minimizar residuos.
14. - Funcionamiento de la información sobre la velocidad de la página.
15. Planificación de una campaña publicitaria de Google.
16. - Introducción a los anuncios de Google.
17. - Comprensión las bases de licitación
18. - Funcionamiento del nivel de calidad.
19. - Tipos de campaña de anuncios de Google.
20. - Palabras clave de anuncios de Google.
21. - Mejores prácticas para crear anuncios de texto efectivos.
22. - Seguimiento y optimización de campañas.
23. Análisis web para la evaluación de estrategias web.
24. - Introducción de Google analytics.
25. - Introducción a SEMrush,
26. - Tendencias de Google
27. - Ideas de audiencia de Facebook.
28. - Realización de una prueba de pensar en voz alta
29. - Análisis de redes sociales (orgánico)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS COMPARATIVO EN LOS SECTORES DE LA PIEL Y EL CALZADO

1. Identificación del nuevo entorno de compras en línea en los sectores de piel y calzado
2. - Tendencias actuales del mercado en el sector
3. - Principales canales de venta.
4. Implementación de una estrategia omnicanal.
5. - Planificación de una nueva experiencia de compra
6. - Creación de una estrategia omnicanal

7. Análisis del comportamiento del consumidor.
8. - Comportamiento del consumidor en línea.
9. - Perfil del consumidor.
10. - Viaje del cliente.
11. - Comunidad en línea y marketing tribal.
12. Aplicación de técnicas de neuromarketing.
13. - Principios de neuromarketing.
14. - Principios de la experiencia del usuario.
15. - Optimización de la experiencia del usuario y mejora de las conversiones a través del neuromarketing
16. Realización de investigaciones de mercado y consumo.
17. - Investigación de mercado.
18. - Recopilación y análisis de datos secundarios.
19. - Realización de una encuesta a través de Survey Monkey.
20. - Escucha en la web.
21. Análisis de tendencias de compra de los consumidores
22. - Realización de análisis competitivo en línea.
23. - Análisis de productos y servicios.
24. - Análisis del sitio web.
25. - Análisis de redes sociales (orgánico)

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ACTIVIDADES DE MARKETING Y VENTAS ELECTRÓNICAS EN LA INDUSTRIA DE LA PIEL Y EL CALZADO

1. Caracterización del Customer Relationship Management (CRM)
2. - Concepto e importancia del CRM
3. - Objetivos y funcionamiento del CRM
4. - Estrategia creada con CRM.
5. - Segmentación, análisis y modelo de RFM.
6. Gestión del correo de propaganda.
7. - Campañas de marketing por correo electrónico.
8. - A / B test.
9. - Lista de construcción.
10. - Redacción de correos electrónicos.

11. - Resultados de seguimiento: marketing por correo electrónico de KPI.
12. Desarrollo de estrategias de automatización de marketing.
13. - Concepto de automatización de marketing.
14. - Plataformas de automatización de marketing.
15. - Monitoreo de usuarios y puntaje de usuarios
16. Desarrollo de una estrategia omnicanal.
17. - Planificación y creación de una estrategia minorista omnicanal.
18. - Nueva experiencia de compra en el sector de piel y calzado
19. - Datos minoristas impulsados.
20. Aplicación del Reglamento General de Protección de datos (RGPD) y protección de la privacidad.
21. - Conocimiento del GDPR.
22. - Requisitos de cumplimiento en el GDPR.
23. - Actores clave bajo el GDPR y su papel.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES EN LA INDUSTRIA DE LA PIEL Y EL CALZADO

1. Aproximación al nuevo contexto de la comunicación digital
2. - Identificación de los nuevos canales de comunicación digital
3. - Caracterización de las nuevas reglas en la comunicación
4. Aplicación de marketing en redes sociales
5. - Utilización de las herramientas de comunicación
6. - Administración de las herramientas relativas a las redes sociales
7. Planificación de campañas de marketing en redes sociales
8. - Elementos clave para optimizar la campaña de publicidad digital
9. - Reglas básicas, estrategias y riesgos de una campaña digital
10. - Marketing en redes sociales en la moda: bloggers e influencers
11. Desarrollo de Web marketing y branding en la industria de la moda
12. - Marca digital en moda
13. - Adopción de buenas prácticas para el marketing digital y el comercio electrónico en los sectores de piel y calzado.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL Y

ACTIVIDADES DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA INDUSTRIA DE LA PIEL Y EL CALZADO

1. Planificación de estrategias de marketing digital en los sectores de piel y calzado.
2. - Estrategias de comercialización de productos de piel y el calzado
3. - Marketing emocional en el sector de la piel y el calzado.
4. - Adaptación a las estrategias de calzado y de piel.
5. Organización del comercio electrónico y atención al cliente.
6. - Comercio electrónico en Europa para el sector de piel y calzado.
7. - Perfil del producto.
8. - Compra de soporte.
9. - Servicios extra.
10. - Nuevas evoluciones en el campo: AR, VR, entre otras.
11. Implementación de estrategias B2B y B2C.
12. - Características DE B2B y B2C
13. Conceptos generales
14. Adaptación al sector de piel y calzado.
15. - Ejemplos en el sector del calzado y piel.
16. Diseño de sitio web y tiendas web.
17. - Cómo diseñar y crear portales web.
18. - Enfoque especial en GDPR. Normativa
19. - Aplicaciones web
20. - Gestión
21. - Ventajas e inconvenientes
22. - Plataformas.
23. - Etiquetas de calidad.

C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga

Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941

www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es

ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS