

Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital

Requisitos:

- Ser mayor a 18 años o tener 16 años cumplidos y estar cursando la escuela secundaria.
- Primaria o EGB Terminado

Perfil: El Operador de Herramientas de Marketing y Venta Digital interviene en la ejecución de estrategias de promoción de productos y/o servicios, mediante el manejo de herramientas, plataformas y otros medios digitales adecuados a esos fines.

Para realizar esta intervención este operador:

- Conoce y utiliza plataformas web orientadas a la promoción por medios electrónicos de comercialización.
- Selecciona herramientas, plataformas y medios de entorno digital.
- Aplica herramientas de mercadeo digital.
- Usa las redes sociales como medio de promoción de su propia actividad profesional, de terceros y/o de la organización en la que se desempeña.
- Selecciona y utiliza herramientas de medición de audiencia.
- Produce e interpreta informes de registro de métricas obtenidas.

Contenidos

Bloque: Herramientas en la construcción de estrategias de Marketing de Productos

- Mapa de la experiencia del usuario/cliente. Medios y canales adecuados para cada etapa. Canales en línea. Embudo de conversión.
- El usuario/cliente. Perfiles. Segmentos. Experiencia del usuario y su usabilidad.
- El negocio. Canales, medios, estrategias, tácticas. Métricas e indicadores aplicables a la evaluación y la selección de medios de promoción.

Bloque Analítica Web

- Estructuras de cuentas, tags y configuración:
 - Estructura de perfiles y cuentas.
 - Niveles de accesos.
 - Estructura del código de medición.
 - Eventos: Recorrido general sobre la información que podríamos obtener.
- Seguimiento, Canales, Reportes, Dimensiones, Segmentos:
 - Seguimiento de URLs.
 - Recorrido profundo sobre la herramienta del módulo de adquisición: Métricas, dimensiones y dimensiones secundarias a la vista de un reporte..
- URLs : Estructura Métricas.

Bloque Contenidos Digitales

- Conciencia de Marca.
- Embudo de conversión, etapas.
- Visión interna.
- Posicionamiento de Marca.
- Voz, Tono y personalidad de Marca.
- Contenido Digital.
- Propósito de la comunicación: Objetivos, Utilidad de contenido, Estrategia, Tácticas (Matriz de contenidos).

Bloque Marketing en Redes Sociales

- Medios sociales orgánicos:
 - Redes Sociales: Diferencial de cada plataforma, su uso, tamaño
 - Estrategia en redes sociales.
- Herramientas sociales.
- Herramientas que van a permitir escalar el trabajo de publicaciones y producción de contenido para las redes.



Bloque Publicidad en medios digitales

- Tipos de Medios: Objetivos y funciones.
- Estructura de campañas. Subasta.
- Compra por alcance y frecuencia.
- Formatos de anuncios. Administración y edición de anuncios.
- Medición y estadísticas.
- Palabras clave.
- Segmentación