

Marketing digital práctico y mentoría para no iniciados.

por



Todo tu marketing en 1 mes Aprende marketing y haz tu plan

Un programa intensivo semipresencial de marketing práctico y mentoría

- Las empresas y profesionales aprenderán **a analizar y enfocar su negocio al nuevo mundo digital , a hacer su plan de marketing del negocio o proyecto y a ejecutarlo** con especial énfasis en el uso práctico de los canales de marketing digital de promoción y comunicación.
- **Duración: Intensiva , un mes, presencial y en remoto**, 2/3 horas al día , de Lunes a Viernes.
- Formación completada con mentoría incluida.
- **Sólo 10 plazas** pueden entrar en el programa marketing & mentoría
- Además de la formación teórica y práctica para llevar a cabo todo lo necesario para gestionar tu marketing existe la posibilidad de horas de **mentoría personalizada para ponerla en práctica.**

Objetivos

1. Que el alumno **haga el plan de marketing** , apoyado por el mentor. Enfocado a resultados.
2. Que aprenda a **usar las herramientas y canales de marketing y a aplicarlas a ese plan de forma práctica.**
3. Que esté **apoyado con consultoría y soporte** durante y después de la formación

Qué es

Curso de formación práctico con seguimiento y mentoría personalizada, enfocado a que

- Desarrolles el **plan de marketing y ventas** de tu proyecto.
- Aprenda las **herramientas de marketing para tu proyecto o empresa**.
- Tengas un **seguimiento real** de todas las acciones que se planteen de manera personalizada con el fin de cubrir los objetivos / metas propuestas.
- De lunes a miércoles de 9 a 11 , viernes de 15:00 a 17:00 en remoto. Seguimiento diario media hora por las tardes .

Siguientes dos meses , seguimiento individual de implantación y apoyo :dos sesiones semanales.

Metodología

Enseñanza práctica y uso de plantillas para realizar el plan de marketing .

La enseñanza de forma semipresencial presencial por las mañanas y tardes (2 horas al día y dos semanales por la tarde).

Enseñanza de uso y publicidad en los canales online orientándose al cumplimiento de los objetivos de cada plan. Cada alumno hará durante el curso su plan de marketing y practicará con un ordenador y su propio móvil el uso de los canales de marketing online.

Semanalmente se realiza mentoría y consultoría para actualizar conocimientos y dudas.

“ *Te enseñamos a hacer más productivo tu negocio, a poner un rumbo claro orientado a objetivos y a conocer y usar los canales y herramientas del marketing en un entorno digital.*

A quién va dirigido

- Empresas que quieran adaptar su empresa a venta con los nuevos canales
 - Personas que tengan un proyecto y quieran ponerlo en marcha de manera práctica y enfocada.
 - Personas que deseen actualizar su proyecto / negocio o enfocarlo.
 - A quien le interese aprender el nuevo marketing de forma práctica.
-

Quién lo imparte

Juanjo Amengual García

Consultor de marketing y ventas y formador. Marketing coach, especializado en elaboración de planes de marketing y ventas. Socio director de [MCM marketing](#) y [AGN Marketing](#).

Experto en marketing B2B con más de 400 planes de marketing realizados.

Profesor en postgrado de marketing digital de la UIB; formador de marketing en la Cámara de Comercio de Mallorca; profesor en Master de dirección establecimientos hostelería de Escuela Superior Balear y Escuela hostelería. Creador de la formación online "[Linkedin tutorial](#)", "[Plan de enfoque](#)" y "[marketing y revenue management en alquiler vacacional](#)". Experto trainner de ADECCO. Ha ejercido su carrera profesional en marketing y ventas desde 1988 en Movistar, Sanitas, [Real Mallorca](#), COPE y Onda Cero.

[Perfil de juanjo en LinkedIn](#)

Temario

Fase 1. La base del marketing de resultados: El Plan.

1. Cómo es el **Marketing** en tu proyecto y cómo implantarlo en 15 pasos:
 - a. Las ocho leyes y los siete pecados del marketing.
 - b. El marketing en el siglo 21 y los cuatro pilares.

2. Qué **proyecto** reforzar , qué tendencias y dónde localizarlas.
 - a. **Análisis de mercado** con Google Trends, planificador de palabras clave de Ads , Facebook ads, Buzzsumo, keywords finder...
 - b. Naming.La marca.

3. **El Plan de ruta** del proyecto :
 - a. La propuesta única de venta.
 - b. Las necesidades del cliente.
 - c. La propuesta de valor.
 - d. El DAFO que te enfocará a tus objetivos reales.

4. **Producto, Pricing, distribución y Promoción.**
 - a. Modelos de precios. Pricing : Freemium, premium, de curva, Westendorp.
 - b. Distribución. B2B, B2C, Afiliación y Partnership.

5. **Objetivos y estrategia a seguir .**
 - a. Cuales son tus grupos de interés, define tu “ buyer persona ”.
 - b. Análisis de tu competencia y de líder de mercado.
 - c. La diferenciación.Cómo te puedes diferenciar. Técnicas de innovación.
 - d. Establecimiento de objetivos y seguimiento de retorno

6. **El marketing de contenidos.**
 - a. Dayketing.
 - b. Qué contar, cómo contarlo y cuándo contarlo.

Fase 2: Los canales

7. **Facebook**

- a. Funcionamiento y uso,
- b. Publicidad en Facebook
- c. Diseño y creatividad con Canva

8. **Linkedin**

- a. Funcionamiento y uso.
- b. Grupos y páginas de empresa
- c. Publicidad en Linkedin

9. **Instagram**

- a. Cómo funciona.
- b. Instagram live, Instagram TV , Instagram Stories, reels
- c. Instagram Ads

10. **Twitter**

- a. Uso
- b. Campañas

11. **Whatsapp** business . Messenger. Uso y publicidad

12. **Google**

- a. Adds. Pago por click en buscadores.
- b. SEO Posicionamiento inpage
- c. Google My business / Google Maps como posicionamiento local. Cómo usar y estar arriba en Google Maps cuando nos busquen.Contenidos.

13. **Inbound** marketing.

- a. Diseño de estrategias. Lead magnets.
- b. Landing pages
- c. White papers

14. **Email Marketing.**

- a. Boletines con Mailchimp.
- b. Venta y segmentación automatizada con Active Campaign.

15. Marketing en **Podcast.** Voz

- a. Creación de podcast. Herramientas y estrategia.

16. Youtube marketing

- a. El canal.Creación.
- b. Las herramientas para uso rápido de creación de contenido.Uso de herramientas móvil/ desktop. Grabar y montar. Filmora studio, Inshot, directos con restream, Online shopping.
- c. Publicidad en Youtube
- d. Posicionamiento SEO

17. Marketing automático:

- a. Los chatbots con manychat.
- b. Zapier
- c. Gestión automática de contenidos en redes con Buffer
- d. Automatizar Instagram con Ploxia.
- e. Subscribers

Fase 3 Venta y negociación

18. Gestión del tiempo:

- a. Cómo gestionar tu tiempo y priorizar .
- b. Google agenda como gestor.
- c. Gestores de proyectos: Trello.

19. Gestión comercial y de equipos

- a. Coaching comercial y gestión de equipos

20. Prospección, **técnicas de venta.**

- a. Las fases de la venta: Apertura.
- b. El sondeo y la propuesta
- c. El cierre en la venta.
- d. Cómo resolver las objeciones a la venta
- e. La gestión de la queja
- f. Técnicas de negociación

21. Desarrollo del cliente

- a. Venta cruzada. Crossselling
- b. Upselling y Bundling
- c. Fidelización del cliente

22. Wordpress. Gestión de web blog básico .Uso

23. El plan de marketing, el cuadro de mando y la ejecución .