



Email Marketing

Plan de Estudio



Descripción

El programa de Email Marketing permite al estudiante adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para crear una estrategia de email marketing que contribuya a alcanzar los objetivos del negocio mediante el diseño de contenido especializado y la integración al **CRM** (*Customer Relationship Management*) del negocio. Igualmente se abordan estrategias de inbound marketing relacionadas con: páginas web, blogs, redes sociales, newsletter y posicionamiento SEO.



Objetivos de Aprendizaje

Los estudiantes que cursan y aprueban los seis módulos que componen el curso, están en capacidad de:

1. Relacionar estrategias de mercadeo tradicional y digital al negocio.
2. Implementar estrategias de email marketing.
3. Realizar una segmentación especializada del mercado para diseñar campañas con alto nivel de personalización.
4. Diseñar estrategias para identificar, gestionar y evaluar los momentos de verdad.
5. Desarrollar contenido alterno alineado con los objetivos del negocio.
6. Dirigir la integración de las diferentes áreas del negocio, para garantizar el cumplimiento de objetivos de la campaña de inbound marketing.



Estructura y Contenidos

El programa de Email Marketing cuenta con seis módulos que abordan diferentes aspectos relacionados con la implementación y gestión de estrategias de email e inbound marketing. A continuación te ofrecemos la estructura de nuestra certificación.

01 - Fundamentos de mercadeo tradicional y digital

Descripción:

Este módulo presenta los aspectos básicos de los objetivos de negocio y la estrategia de mercadeo tanto tradicional como digital.

Objetivos:

1. Diagnosticar la situación actual del negocio como insumo para la estrategia de mercadeo (*características, expectativas, consumidor, competencia, presupuesto*).
2. Diferenciar los elementos de la estrategia de mercadeo digital.
3. Relacionar estrategias de mercadeo tradicional y digital al negocio.
4. Explicar el valor agregado de la estrategia de marketing digital en el negocio.
5. Definir los objetivos de afinidad con la audiencia.

02 - Email marketing

Descripción:

En este módulo aprenderás a generar cercanía con los usuarios mediante la implementación de esta estrategia y a utilizar las diferentes plataformas para su gestión, haciendo trazabilidad a los contactos y con indicadores que permitan evaluar los resultados.

Objetivos:

1. Seleccionar las herramientas y recursos para campañas de e-mail marketing, de acuerdo con las características del negocio y su estrategia.
2. Organizar los recursos de la empresa para el desarrollo de la estrategia de email marketing.
3. Implementar campañas de email marketing.
4. Definir las actividades posteriores a la puesta en marcha de la campaña de email marketing.

03 - Segmentación del mercado

Descripción:

En este módulo aprenderás los principios básicos para realizar una segmentación del mercado acorde con los objetivos de marca, construyendo los fundamentos para la ejecución de una estrategia de mercadeo efectiva y sostenible en el tiempo.

Objetivos:

1. Realizar acciones para captar audiencias afines para el desarrollo de campañas digitales segmentadas.
2. Diseñar modelo(s) de fidelización para retener audiencias afines.
3. Desarrollar campañas digitales con un alto nivel de personalización para audiencias afines.
4. Integrar el Email marketing al CRM del negocio con el fin de tener trazabilidad del cliente actual y potencial.

04 - Gestión de momentos de verdad

Descripción:

En este módulo conocerás los distintos momentos de verdad que pueden surgir a través del contacto de un cliente con tu marca, además aprenderás a crear acciones y estrategias para mantener, mejorar y evaluar esos momentos de verdad.

Objetivos:

1. Planear procesos de ciclo de contacto para mantener y captar clientes.

2. Identificar momentos de verdad de audiencias afines con el fin de determinar estrategias precisas para cada cliente.
3. Ejecutar estrategias de contacto especializadas para audiencias afines.
4. Evaluar el cumplimiento de metas de los momentos de verdad.

05 - Desarrollo de contenidos alternos

Descripción:

En este módulo aprenderás a planear, implementar y gestionar una estrategia de contenido alternativo con el objetivo de aumentar la visibilidad y el posicionamiento de una marca entre los usuarios de las nuevas tecnologías. Así como desarrollar una serie de acciones que te permitirán brindar a los consumidores de la marca un valor agregado por medio del contenido alternativo.

Objetivos:

1. Diseñar mensajes de contenido alternativo afines al negocio.
2. Establecer un modelo de cooperación y participación con otros negocios para aumentar el alcance de audiencias.
3. Evaluar la efectividad del manejo de contenidos alternos con aliados estratégicos.
4. Alinear contenido del negocio a contenidos alternos.

06 - Integración del negocio con la cadena de valor

Descripción:

En este módulo aprenderás el concepto de cadena de valor y la importancia que este tiene en el esquema de operación de un negocio y en su planeación estratégica a futuro. Así mismo, estarás en la capacidad de desarrollar una serie de acciones de alta efectividad que te permitirán brindar a los consumidores de la marca, un valor agregado por medio de estrategias de mejora, outsourcing, inbound marketing, entre otras.

Objetivos:

1. Construir el esquema de operación del negocio para cada una de las áreas.
2. Establecer un modelo de cooperación y participación con otros negocios para aumentar el alcance de audiencias.
3. Integrar las áreas del negocio de manera que garanticen el cumplimiento de objetivos de la campaña de inbound marketing.
4. Medir por indicadores el desempeño de cada una de las áreas.
5. Desarrollar estrategias para las áreas de mejora.





Proyectos Finales

Módulos	Proyecto Final
01 - Fundamentos de marketing tradicional y digital	Analizar el caso de una empresa y proponer una estrategia de mercadeo.
02 - Email marketing	Diseñar una campaña de email marketing y hacer recomendaciones puntuales para la optimización de la campaña.
03- Segmentación del mercado	Desarrollar un plan de identificación, captación y fidelización de audiencias con el objetivo de obtener las bases para la creación de una estrategia de marketing.
04 - Gestión de momentos de verdad	Desarrollarás un plan de acción a través del cual podrás identificar los distintos momentos de verdad que tienen lugar en una empresa, con el objetivo de diseñar estrategias para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes en cada una de esas etapas o momentos específicos.
05 - Desarrollo de contenidos alternos	Crear una estrategia de contenidos alternos y evaluar la efectividad de los mismos.
06 - Integración del negocio con la cadena de valor	Desarrollar un plan de integración de la estrategia de marketing con la cadena de valor del negocio.