

GUÍA DIDÁCTICA

DIGITALIZACIÓN Y RRSS
COMO ESTRATEGIA CORPORATIVA

VENTA A TRAVÉS DE SOCIAL MEDIA MARKETING





DIGITALIZACIÓN Y RRSS COMO ESTRATEGIA CORPORATIVA

DATOS GENERALES DE LA MICROFORMACIÓN 4

DESCRIPCIÓN GENERAL

Conocer los nuevos modelos de gestión de marketing a través de Internet

MICROFORMACIÓN

Venta a través de Social Media Marketing

DESTINATARIOS

Trabajadores de gestión en restaurantes, bares cafetería, caterings y locales de ocio nocturno

DURACIÓN

5 horas

OBJETIVO GENERAL

Conocer e implementar las técnicas de venta a través de social media

CONTENIDOS FORMATIVOS

MICROFORMACIÓN 4

04

Venta a través de Social Media
Marketing

Introducción

4.1 Diseño marketing web

*4.1.1 Diseño de sitios web orientados a la
conversión*

*4.1.2 Experiencia de usuario y usabilidad en
marketing digital*

*4.1.3 Optimización de landing pages y
embudos de ventas*

4.2 Técnicas de marketing

*4.2.1 Estrategias de generación de leads en
redes sociales*

*4.2.2 Publicidad en redes sociales: formatos
y segmentación*

*4.2.3 Estrategias de los influencers y las
colaboraciones*

4.3 Análisis y estadísticas

*4.3.1 Herramientas de análisis de datos en
social media marketing*

*4.3.2 Interpretación de métricas y KPIs
relevantes*

*4.3.3 Optimización basada en datos: toma
de decisiones informada por análisis de
resultados*

Resumen

