

The background of the image is a blurred photograph of a person's hand using a computer mouse. A vertical column of seven white circles of varying sizes is positioned on the right side of the page. A semi-transparent grey rounded rectangle is located in the middle-left area, containing the main title.

## **Analítica Web y Plan de Marketing Digital**

## Objetivos

---

### □ **Objetivo general**

- Aprender a medir resultados de Marketing Digital: acciones en redes sociales, SEO, SEM, mail Marketing, y conocer y aplicar las herramientas de analítica web.

### □ **Objetivos específicos**

- Adquirir los conocimientos necesarios para manejar las técnicas online de captación y fidelización de clientes.
- Conocer en qué consiste la política de captación y la disciplina branding.
- Entender el concepto de cross marketing.
- El objetivo general de esta unidad es adquirir los conocimientos necesarios para manejar las técnicas online de captación de clientes.
- Conocer las claves para fidelizar a los clientes y para crear programas de fidelización eficaces.
- Entender el funcionamiento de las redes de afiliados.
- Analizar las diferentes técnicas de fidelización y comprobar cuáles son las más eficaces.
- Conocer la necesidad de establecer una analítica y medición en proyectos web.
- Conocer los fundamentos de método Lean Startup en el lanzamiento de proyectos online.
- Abordar los conocimientos necesarios para crear un plan de marketing digital que se ajuste a la realidad de las empresas.
- Conocer las fases de implantación del método Lean Startup.
- Entender el concepto de marketing digital.
- Analizar la evolución del marketing digital y conocer las particularidades del plan de marketing en los proyectos online.

- Estudiar las estrategias de marketing digital que las empresas pueden utilizar para diferenciarse de la competencia.
- Definir el concepto de analítica web.
- Identificar las principales herramientas de analítica web.
- Comprender el funcionamiento de Google Analytics.
- Aplicar la analítica web a las redes sociales.
- Aplicar la analítica web a las tiendas virtuales.
- Aplicar la analítica web a proyectos SEO.
- Conectar Wordpress con Google Analytics y Webmasters.
- Conectar Wordpress con MailChimp.
- Explicar las características de las principales herramientas de análisis de redes sociales.

## Contenidos

Analítica Web y Plan de Marketing Digital	Tiempo estimado
<p><b>Unidad 1:</b> Las características de los proyectos online.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fijar los objetivos de un proyecto Online: Acquisition, engagement, conversion, loyalty.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de captación: ¿Solo branding?</li> <li>• Branding.</li> <li>• Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online.</li> <li>• Las claves para fidelizar clientes.</li> <li>• Programas de fidelización.</li> <li>• Programas de éxito online.</li> <li>• Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas?</li> <li>• Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos... ¿Cuál es más eficaz?</li> </ul> </li> <li>• Sin analítica estamos ciegos.</li> </ul>	
Examen UA 01	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 01: Captación de clientes	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>11.5 horas</b>
<p><b>Unidad 2:</b> Organización Lean y Plan de marketing digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El método Lean: Fail fast, fail cheap.</li> <li>• El Plan de marketing.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• El plan de marketing digital.</li> <li>• ¿Qué es el marketing digital?</li> <li>• Cómo nació el marketing online: de la web 1.0 a la web 4.0.</li> <li>• El plan de marketing online.</li> <li>• Estrategias para marketing digital.</li> <li>• Content marketing.</li> <li>• Email marketing.</li> <li>• Posicionamiento SEO.</li> <li>• Marketing en redes sociales.</li> <li>• Inbound marketing.</li> <li>• Otras estrategias: video marketing, bots y live streaming.</li> </ul> </li> </ul>	

Examen UA 02	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 02: Industria 4.0	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>14 horas</b>
<p><b>Unidad 3:</b> Analítica red.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es la analítica web? y ¿cómo medimos los usuarios?             <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es Google Analytics?</li> </ul> </li> <li>• Analítica web aplicada a redes sociales.             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción.</li> <li>• ¿Se pueden medir las conversaciones?</li> <li>• Midiendo la reputación, la popularidad y la influencia.</li> <li>• Midiendo acciones en blogs.</li> <li>• Conocer los gustos de los seguidores en redes sociales</li> <li>• Aplicaciones y widgets: Cómo medir su efecto.</li> <li>• Tipología de usuarios en Internet y efectos de su fidelización.</li> </ul> </li> <li>• Analítica web aplicada a tiendas virtuales.</li> <li>• Analítica Web aplicada a proyectos SEO.             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de estrategia SEO.</li> <li>• El keyword set.</li> <li>• Optimización on site: ordenar para los buscadores.</li> <li>• Optimización off site: el arte de seguir enlaces buenos.</li> <li>• Optimizar el contenido para los buscadores y medición de avances en SEO.</li> </ul> </li> </ul>	
Examen UA 03	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 03: Métricas para una tienda virtual	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>21 horas</b>
<p><b>Unidad 4:</b> Herramientas para analizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conectar Wordpress con Google Analytics y Webmasters.</li> <li>• Conectar Wordpress con MailChimp.</li> <li>• Conocer las herramientas: Hootsuite, Facebook Insights, Twitter Analytics, Instagram Analytics.</li> </ul>	
Examen UA 04	<b>30 minutos</b>

Actividad de Evaluación UA 04: Conectar Mailchimp a Wordpress	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>3 horas</b>
Examen final	<b>30 minutos</b>
<b>4 unidades</b>	<b>50 horas</b>