

# Marketing digital

Portal BlueSky Financial

Modalidad Online - Nivel Básico

Duración: 2 horas

Certificación Digital



# Objetivo General



- ▶ Desarrollar habilidades prácticas para diseñar, ejecutar y medir estrategias de marketing digital efectivas.
- ▶ Por ejemplo:
  - ▶ - Crear una estrategia digital para una cafetería local en Instagram y Google Ads.
  - ▶ - Definir KPIs para medir conversiones y tráfico.
  - ▶ - Usar herramientas como GA4, Meta Ads y Canva para optimizar resultados.
- ▶ El objetivo es que los participantes puedan atraer más clientes, mejorar su presencia online y fidelizar su audiencia.



# Módulos

Módulo 1 · Fundamentos de marketing digital.

Módulo 2 · SEO & SEM.

Módulo 3 · Redes sociales y contenidos.

Módulo 4 · Analítica y automatización.



# Módulo 1 · Fundamentos de marketing digital



- ▶ Aprenderás los conceptos esenciales: objetivos SMART y KPIs de marketing.
- ▶ Ejemplo: 'Aumentar en un 25% el tráfico web de la tienda online en 3 meses'.
- ▶ Exploraremos el embudo de conversión TOFU-MOFU-BOFU:
  - ▶ - TOFU: atraer(redes sociales, SEO, blogs).
  - ▶ - MOFU: considerar(email marketing, remarketing).
  - ▶ - BOFU: decidir(ofertas, testimonios, contacto).
- ▶ Analizaremos el customer journey con un caso de una cafetería de Santiago que lanza una campaña para nuevos clientes.



# Práctica guiada – Módulo 1

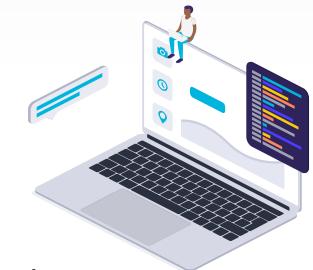


- ▶ 1. Define un objetivo SMART para tu marca o emprendimiento.
- ▶ 2. Dibuja tu embudo TOFU-MOFU-BOFU y asigna canales para cada etapa.
- ▶ 3. Crea una lista de KPIs relevantes (ejemplo: tasa de conversión, CTR, costo por clic).
- ▶ 4. Identifica puntos de contacto en el customer journey de tu negocio.



# Módulo 2 · SEO & SEM.

- ▶ SEO on-page: aprende a usar palabras clave y optimizar contenido.
- ▶ Ejemplo: posicionar 'panadería artesanal Santiago' usando títulos y descripciones efectivas.
- ▶ SEO off-page: generación de enlaces y reputación digital.
- ▶ SEM: estructura de campañas en Google Ads.
  - ▶ - Campaña → Grupos de anuncios → Anuncios individuales.
  - ▶ - Definición de presupuesto y segmentación.
- ▶ Caso práctico: una tienda online de accesorios lanza campaña 'Promoción Primavera'.



# Práctica guiada – Módulo 2



- ▶ 1. Elige una palabra clave para tu negocio y crea un título optimizado.
- ▶ 2. Diseña un anuncio básico en Google Ads con título, descripción y URL visible.
- ▶ 3. Calcula el presupuesto diario según CPC estimado.
- ▶ 4. Revisa el resultado en el simulador de anuncios de Google.



# Módulo 3: Redes Sociales y Contenidos



- ▶ Aprenderás a definir tu buyer persona: edad, intereses, ubicación y comportamiento.
- ▶ Ejemplo: cliente ideal de cafetería local: 25-35 años, trabaja remoto, busca espacios tranquilos.
- ▶ Diseñarás un calendario editorial con formatos variados: reels, carruseles y stories.
- ▶ Buenas prácticas: consistencia visual, storytelling y engagement real.
- ▶ Caso práctico: tienda de ropa chilena lanza campaña con reels semanales de combinaciones.



# Práctica guiada – Módulo 3



- ▶ 1. Crea el perfil de tu buyer persona usando una plantilla.
- ▶ 2. Diseña un calendario semanal con 3 tipos de contenido (educativo, emocional y promocional).
- ▶ 3. Usa Canva o similar para crear una pieza visual coherente con tu marca.
- ▶ 4. Publica una historia de interacción y mide las respuestas.



# Módulo 4: Analítica y Automatización



- ▶ Exploraremos GA4: eventos, conversiones y exploraciones.
- ▶ Configuración de Tag Manager y píxeles de seguimiento.
- ▶ Caso práctico: cafetería que mide conversiones desde su anuncio de Instagram.
- ▶ Email marketing: automatización de flujos básicos.
  - ▶ - Ejemplo: email de bienvenida y recordatorio de carrito abandonado.
- ▶ Analizaremos herramientas como MailerLite o HubSpot para automatizar envíos.



# Práctica guiada – Módulo 4



- ▶ 1. Crea un evento de conversión en GA4 (ejemplo: clic en botón de contacto).
- ▶ 2. Configura un flujo de bienvenida en una herramienta de email marketing.
- ▶ 3. Conecta tu sitio con Tag Manager para seguimiento de tráfico.
- ▶ 4. Revisa tus métricas clave: sesiones, CTR y conversiones.



# Conclusión



- ▶ Al finalizar el curso, podrás diseñar estrategias digitales integrales.
- ▶ Sabrás cómo atraer clientes, optimizar campañas y medir resultados.
- ▶ Aplicarás herramientas como Google Ads, Meta Ads, GA4 y MailerLite.
- ▶ El marketing digital te permitirá hacer crecer tu negocio con decisiones basadas en datos.