

FORMACIÓN CONTINUA

Marketing Digital Aplicado: de la Idea a la conversión

Duración

3 semanas (6 Webinars de 2 horas cada una martes y jueves a las 19h)

Del 20 octubre al 5 noviembre

Descripción

Explorar cómo la revolución digital está transformando el marketing en todos los sectores.

Se abordarán estrategias digitales, tendencias emergentes, herramientas de automatización y análisis de datos para mejorar la captación y fidelización de clientes.

Los participantes aprenderán a integrar la innovación digital en sus planes de marketing y a medir resultados de manera efectiva.

Objetivos

Comprender los principales cambios que la digitalización ha traído al marketing.

Aprender a diseñar estrategias digitales adaptadas a diferentes entornos.

Conocer las nuevas tendencias en automatización y análisis de resultados.

Aplicar casos prácticos y ejemplos reales para potenciar las campañas.

Desarrollar habilidades para evaluar el impacto del marketing en el negocio.

A quien va dirigido

Profesionales interesados en actualizar sus conocimientos en marketing y digitalización.

Contenidos, estructura y desarrollo del taller o curso

El marketing adaptado al mundo digital: cómo difiere del marketing hasta la fecha. Se analizan casos de éxito y fracaso de lanzamientos digitales para entender las

claves que hacen que un producto funcione en entornos online y cómo la velocidad, la experimentación y la medición continua son factores críticos.

Técnicas para investigar mercados online. Se aborda la segmentación digital, identificando micro-segmentos y audiencias específicas.

Como adaptar la propuesta de valor al entorno digital y crear mensajes claros y diferenciadores para cada canal online. Se trabaja el posicionamiento de marca en la web, apps y redes sociales, y se introducen técnicas de storytelling digital que conecten con los usuarios a lo largo de su journey.

Como revisan los modelos de precios más comunes en entornos digitales, incluyendo freemium, suscripción y pago por uso, así como estrategias de promociones online y bundles. Se explica cómo utilizar herramientas de pricing dinámico y optimización basada en datos para maximizar ingresos y retención.

Como están apareciendo los diferentes canales digitales disponibles para llegar al cliente: canales propios como web y apps, canales pagados como publicidad online y canales ganados como SEO y social media orgánico. Se analizan estrategias de combinación de canales para maximizar alcance y conversión.

Se enseña a diseñar un plan de marketing digital integral, incluyendo la creación de embudos de conversión y la definición del journey del cliente digital.

Las webinar son a las 19h

Semana 1 (20 y 22 octubre 2026)

Webinar 1 – Del marketing tradicional al marketing digital (2h)

Objetivo: Entender el cambio de paradigma.

Contenido:

- Contexto de revolución tecnológica
- Qué cambia realmente en marketing: del plan anual al test & learn continuo
- Cultura digital: velocidad, experimentación y data-driven marketing
- Métricas clave vs métricas de vanidad
- Casos reales de lanzamientos digitales (éxitos y fracasos)

Webinar 2 – Investigación de mercados online y segmentación digital (2h)

Objetivo: Aprender a identificar oportunidades reales en digital.

Contenido:

- De segmentación masiva a micro-segmentos accionables
- Construcción de buyer persona digital basada en datos
- Fuentes de datos digitales: first-party, third-party y social listening
- Herramientas de research online

Semana 2 (27 y 29 de octubre 2026)

Webinar 3 – Propuesta de valor y posicionamiento digital (2h)

Objetivo: Adaptar la propuesta al entorno online.

Contenido:

- Cómo traducir una propuesta offline al mundo digital
- Mensaje por canal: web, app, redes sociales y paid media
- Arquitectura de mensajes y consistencia omnicanal
- Journey digital aplicado

Webinar 4 – Modelos de precios y monetización digital (2h)

Objetivo: Entender cómo se monetiza en digital.

Bloques:

- Modelos más comunes: freemium, suscripción, pay per use
- Estrategias de bundles y promociones online
- Pricing dinámico y optimización basada en datos
- Gestión de la percepción de precios

Semana 3 (3 y 5 de noviembre 2026)

Webinar 5 – Canales digitales y estrategia de adquisición (2h)

Objetivo: Diseñar una estrategia de canales eficiente.

Contenido:

- Canales propios (web, app, CRM)
- Canales pagados (SEM, social ads, display)
- Canales ganados (SEO, social orgánico, reputación)
- Estrategias de combinación de canales

Webinar 6 – Plan de marketing digital integral (2h)

Objetivo: Integrar todo en un plan accionable.

Bloques:

- Diseño del funnel completo (awareness → conversión → retención)
- KPIs por fase del funnel
- Roadmap de implementación (quick wins vs iniciativas estructurales)
- La comunicación y creatividad efectiva en lo digital

Fechas

Del 20 octubre al 5 noviembre

Las webinars los martes y jueves a las 19h

Claustro

Jose Maria Corella

<https://www.linkedin.com/in/josemcorella/>

Precio 700€