



CURSO COMUNICACIÓN & MARKETING DIGITAL para empresas del Sector Textil

Inicio 12 Abril de 2021 – Aula Virtual (Zoom)

Texfor, dentro de su programación en Aula Virtual, organiza el curso de **Comunicación & Marketing Digital para empresas del Sector Textil**.

Estamos inmersos en la transformación digital que está cambiando la manera de interactuar de las empresas, su comunicación y su nueva forma de entender el marketing y de la que ya no podemos prescindir.

Definir los mensajes, establecer los objetivos, conocer el mercado y utilizar las herramientas más adecuadas para conseguir los mejores resultados, este es un proceso que toda empresa debe conocer para implementar y evaluar la estrategia digital que mejor se adapte a sus necesidades y objetivos de manera efectiva.

Curso específico y focalizado en el sector textil B2B.

OBJETIVOS

- Tomar conciencia de la **velocidad** y de la **dimensión** de la **revolución digital**.
- Comprender cómo afectan estos **cambios** a las **empresas** del sector textil y a sus **plantillas**.
- Darse cuenta de las **oportunidades** que ofrece este nuevo entorno digital.
- Conocer la base para desarrollar una **estrategia** de negocio **coherente y consistente** en entornos digitales para una empresa del sector textil.
- Reconocer la **importancia** de las diferentes **herramientas** del **marketing digital** para una empresa del sector textil: buscadores y posicionamiento, AdWords, e-mail marketing y redes sociales, en particular.
- Valorar la **trascendencia** de diseñar, desarrollar e implementar una **estrategia de marketing digital** desde una perspectiva **profesional**.
- Entender cómo funciona el **comercio electrónico** y las **oportunidades** que presenta para el sector textil.

1 | INTRODUCCIÓN AL ENTORNO DIGITAL

La revolución digital: la implantación del Smartphone y de otros dispositivos inteligentes.

Características de la comunicación y el marketing en el entorno digital.

Un nuevo paradigma de la comunicación: un nuevo cliente para el B2B, una nueva forma de entender el marketing.

2 | FUNDAMENTOS DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

La importancia de un correcto análisis del entorno: PESTEL / DAFO.

¿Cómo definir el target de forma eficaz?

El marketing mix: de las 4C a las 4F.

Paid, owned y earned media, ¿qué son?

El ciclo de la conversión: el funnel o embudo.

Definir objetivos: la clave del éxito.

3 | OBJETIVOS Y MÉTRICAS DEL MARKETING DIGITAL. LA PÁGINA WEB

Importancia y beneficios de la medición.

Objetivos, ¿cómo definirlos? Tipología de objetivos.

KPI y métricas, ¿qué son?

Funcionamiento y finalidad de una página web corporativa.

El blog corporativo como entorno dinámico.

4 | MARKETING EN BUSCADORES Y FUNDAMENTOS DE ADWORDS

¿Qué son, cómo funcionan y por qué nos son útiles?

El comportamiento del usuario en una búsqueda.

Posicionamiento web: SEO / SEM.

¿Qué es AdWords? ¿Cómo funciona?

Clasificación de campañas según objetivos.

Tipos de campañas en AdWords.

5 | INTRODUCCIÓN AL E-COMMERCE Y AL E-MAIL MARKETING

Tipos y modelo de negocio B2B en el comercio electrónico.

El comprador digital en negocios digitales B2B.

Decisiones estratégicas para arranca una e-shop en clave B2B.

Más que una newsletter esporádica: ventajas del e-mail marketing.

Marco legal del e-mail marketing.

Estrategias de e-mail marketing.

6 | INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES

Historia, evolución y futuro de las redes sociales.

¿Presencia en redes sociales? Sí, pero cómo: decisiones clave.

Perfiles de usuario en redes sociales.

¿Cómo definir una estrategia en redes sociales?

El papel del community manager.

Guía de estilo: contenidos, tono, voz...

7 | REDES SOCIALES, PLATAFORMA POR PLATAFORMA

Las redes sociales generalistas: estrategias en Facebook y Twitter.
Las redes sociales profesionales: estrategias en LinkedIn.
Las redes sociales de foto y vídeo: estrategias en Instagram.
Otras redes sociales.

8 | CONCLUSIONES (sesión de 1 hora)

Cosmovisión del entorno del marketing digital.
Definición de objetivos estratégicos del marketing digital.
Herramientas del marketing digital.
Ecosistema de las redes sociales: estrategias y tácticas.
Medición, evaluación y learning.

DOCENTE

El curso estará impartido por el **Sr. Jesús Andrés**, especialista en comunicación. RRPP & marketing digital, con amplia experiencia como docente. Director de Postgrado en Comunicación & Social Media de IDEP Barcelona y docente colaborador en IED Barcelona y la UOC.

TITULACIÓN

Se entregará un certificado de aprovechamiento de la formación, a todos los participantes que hayan asistido a un mínimo del 75% de las clases.

FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN

Cuándo: 12, 15, 19, 22, 26 y 29 de abril – 3 y 6 de mayo

Duración: 15 horas (repartidas en 7 sesiones de 2h. y 1 sesión de 1 hora)

Horario: Lunes y Jueves de 16:00 a 18:00 h., último día de 16:00 a 17:00h.

Dónde: Aula Virtual a través de la plataforma Zoom

IMPORTE DEL CURSO

- **Socios de Texfor: 345€**

Bonificación de parte del importe del curso (195€): Texfor ofrece a todos los socios inscritos al curso que lo soliciten y que reúnan las condiciones para ello, la gestión de los trámites frente a la administración para bonificarse parte del importe de la formación, para ello será necesario enviar el [Anexo I](#) y el [Anexo II](#) al e-mail anna@texfor.es **antes del 29 de marzo**.

- **Resto de asistentes: 450€**

INSCRIPCIONES

Pueden realizar la pre-inscripción rellenando el formulario on-line [aquí](#).

Fecha límite de inscripción: 01/04/2021

Forma de pago: Una vez confirmada la inscripción, por transferencia bancaria al nº de cuenta: ES93 0081 0900 8400 0297 0803



- Para que la inscripción sea considerada válida, deberá enviar el justificante bancario de pago al e-mail anna@texfor.es

Tendrán preferencia en la inscripción las empresas asociadas a Texfor. Las plazas son limitadas y serán confirmadas antes del inicio del curso.

Para más información pueden dirigirse a Anna Vidal al e-mail anna@texfor.es o al tel. 937451917.