



CURSO DE **MARKETING AUTOMATION** Y ESPECIALIZACIÓN EN **DATA CRUSH**.

Por qué creamos este curso

DataCrush es la primera plataforma de Marketing Automation desarrollada en América Latina, por esa razón vimos la evolución del mercado y cómo la automatización de marketing se transformó en algo necesario y prioritario para todas las organizaciones.

Sin embargo el crecimiento tecnológico es más rápido que el profesional y nos fuimos encontrando con una escasez de recursos humanos capacitados que crea nuevas vacantes laborales sin cubrir.

Nuestra apuesta con este curso es formar profesionales que tengan los skills, conocimientos y práctica necesaria para poder cubrir esos puestos de expertos en Marketing Automation que las organizaciones modernas están necesitando pero les cuesta conseguir.



Metodología y Modalidad



Duración del curso

22 horas, dos veces por semana.
Total 11 clases.



Modalidad

Clases online en vivo por Zoom, interacciones con tutor y alumnos por Discord.



Contenido

Dictado en 10 clases teórico-prácticas y una clase final de presentación de trabajos.



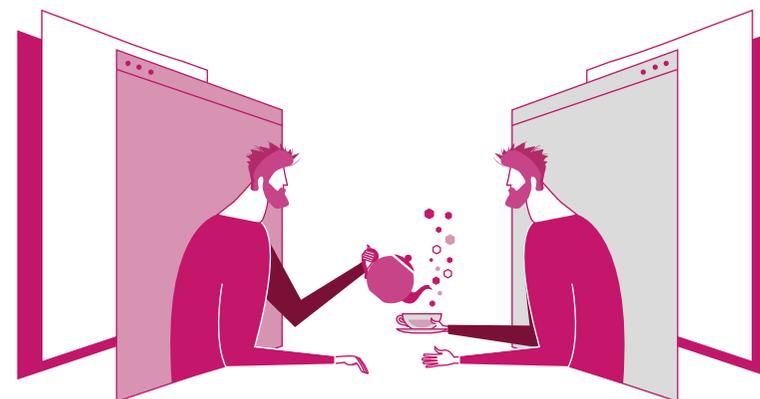
Prácticas en vivo

Todo lo enseñado es practicado en las clases



Diego Aceti | Instructor

Customer Experience Specialist en DataCrush

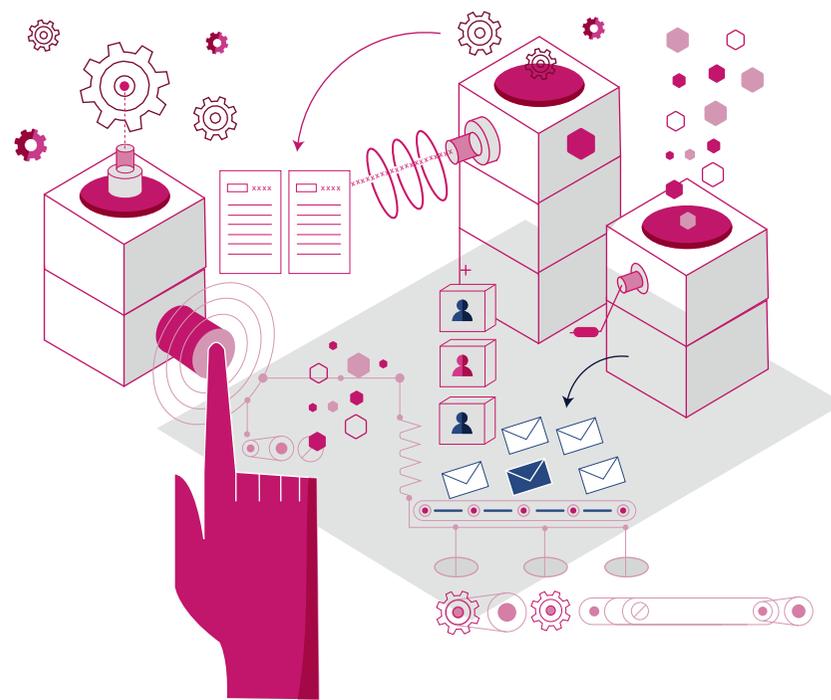


Objetivos

Aprender los conceptos claves del **Marketing Automation**, sus técnicas y diferentes fases. Comprender la **historia del Customer Journey** y **por qué hoy es importante automatizar**. Entender la experiencia del usuario en los distintos canales de comunicación. Conocer y utilizar los **pilares del Marketing Automation: Datos, Segmentación dinámica, Contenido dinámico, Lead nurturing, Scoring**. Distinguir las etapas del Buyer Journey, Funnel de ventas y activación de automatizaciones. **Aplicar los conocimientos teóricos** y utilizar de manera correcta y eficiente todas las herramientas de la plataforma DataCrush. Por medio de **clases 100% online en vivo con un profesor especialista** en la materia, el alumno tendrá diferentes momentos para poner en práctica lo aprendido y canalizar sus consultas.

A quien va dirigido.

Este curso fue pensado para toda persona que quiera obtener la base y conocimientos para convertirse en un experto en Marketing Automation y que quiera implementarlos en su emprendimiento o en el área de Marketing de la organización en la que se desarrolle. Si bien en las clases se habla de conceptos básicos como **Customer Journey, Inbound Marketing, SEO, SEM, etc**, es **requisito contar con conocimientos básicos de alfabetización digital**. Al mismo tiempo recomendamos que tengas una base de Marketing para que puedas concentrarte en los conceptos más avanzados de Marketing Automation.



Recomendaciones Técnicas

Conexión a Internet

Recomendamos conexión a internet mediante cable de red, de lo contrario, inalámbrica Wi-Fi con mínimo 25 mb de carga y descarga.

Sonido

Para evitar el feedback de sonido durante las clases, recomendamos estar en mute y activar el sonido las veces que sea necesario.

Cámara

Recomendamos realizar el curso con cámara activada para una mejor comprensión, puede ser la que esta integrada a la computadora o por medio de una conexión USB.

Zoom & Discord

Discord es una plataforma de comunicación, se utilizará para recibir contenido de cada clase y consultas directas en tiempo real con el profesor. Al mismo tiempo al final cada clase recibirán las clases grabadas y el material teórico visto. Recomendamos activar las notificaciones del mismo para recibir en vivo los comentarios del profesor.

El curso se dictará mediante la plataforma ZOOM. Recomendamos su instalación para su mejor visualización de las clases. Sistemas operativos compatibles con Zoom: Mac OS X with MacOS 10.6.8 en adelante. Windows Vista y XP en adelante. Oracle Linux 6.4 en adelante. No recomendamos realizar el curso en telefonos o tablets, al menos que sea para sonido, ya que no van a poder acceder correctamente a las herramientas y ejercicios en clase.



Temario

Clase 1: Customer Journey: historia, touchpoints, mapa

Clase 2: Marketing Automation: bases y fundamentos

Clase 3: Introducción a DataCrush: comenzando a usar la plataforma

Clase 4: Datos: su importancia y las herramientas para manipularlos

Clase 5: Email Marketing, Landing Pages y Contenido Dinámico

Clase 6: Lead Nurturing: Automatizar para convertir leads a clientes

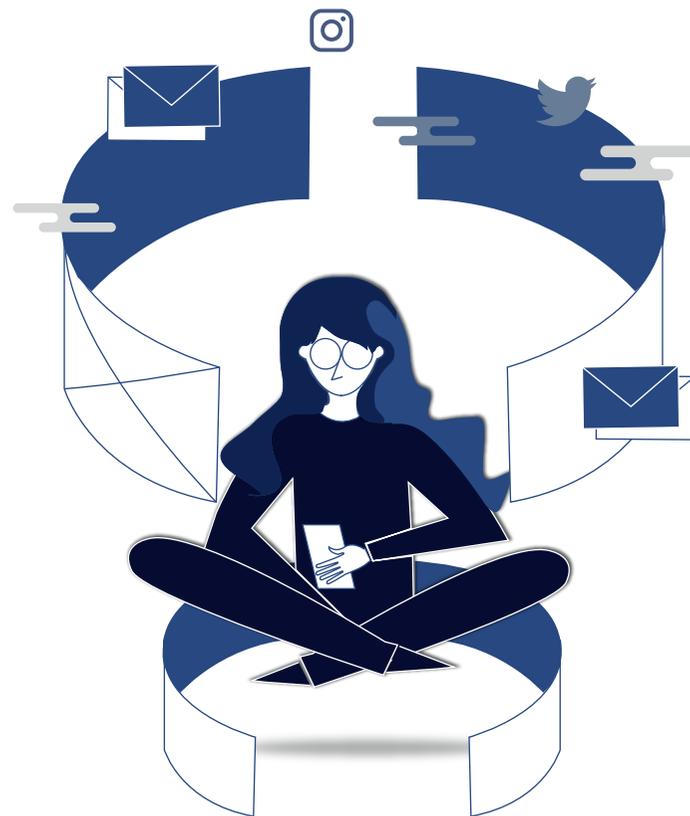
Clase 7: Full Automation: resuelve distintos problemas automatizando

Clase 8: Ecommerce Automation: incrementa las ventas de tu tienda online

Clase 9: Community Management: del social al omnichannel

Clase 10: CRM: potenciando las ventas gracias al marketing automation

Clase 11: Práctica integradora: presentación de trabajos



Temario

Clase 1: Customer Journey: historia, touchpoints, mapa

Para comprender por qué hoy necesitamos automatizar tareas repetitivas del marketing, es necesario profundizar sobre el viaje del cliente, los datos que se pueden obtener en ese recorrido y de qué manera se puede reconocer a un cliente. En paralelo daremos inicio a la práctica integradora que se desarrollará durante todo el curso.

- Origen y evolución del Customer Journey.
- Definición del Customer Journey.
- TouchPoint - Puntos de contactos.
- Fases del Customer Journey.
- Modelo AIDA.
- Nuevas fases que se incorporan en la actualidad.
- Mapa del Customer Journey.

Clase 2: Marketing Automation: bases y fundamentos

Qué es el Marketing Automation y cuáles son los pilares que debemos trabajar para lograr una estrategia completa que realmente nos brinde mejores resultados en nuestro negocio.

- La huella digital (Digital footprint).
- Los datos cómo columna vertebral de nuestra estrategia.
- Definición de usuario único y cross device.
- Web tracking y monitoreo de comportamiento del contacto.
- ¿Cómo reconocer a un usuario único con marketing automation?
- Formularios, Emails y comunicaciones con el contacto.
- Integraciones con otras plataformas.
- ¿Qué no es Marketing Automation? ¿Por qué es necesario?

Clase 3: Introducción a DataCrush: comenzando a usar la plataforma

Inicio de las clases prácticas sin dejar de lado la teoría que nos ayuda a entender el por qué y el cómo hacerlo correctamente. Desde esta clase tendrás acceso a una cuenta BLACK para practicar durante todo el curso.

- Panel de Control de DataCrush.
 - Widgets y Progreso de contactos.
 - Envíos de mails.
 - Landing Page.
- Administración de varios portales de DataCrush.
- Calendario editorial.
- Acceso al Centro de aprendizaje y recursos.
- Notificaciones y alertas.
- Creación de Tickets.
 - SLAs y tiempos de respuestas según versión.
- Gestión de Usuarios.
 - Acceso y Perfil de usuario/s y roles
- Administración de remitentes.
 - Autenticación de dominios.
 - Nuevos remitentes.
- Configuración del portal.
 - Configuración de Marketing.
 - API de DataCrush.
 - GDPR: Reglamento General de Protección de Datos.



Temario

Clase 4: Datos: su importancia y las herramientas para manipularlos

Los datos son la columna vertebral del nuevo Marketing, qué debe ofrecer una plataforma para ser considerada de Marketing Automation, cómo trackear a tus leads y obtener datos sociodemográficos y de comportamiento. Utilizar estos datos para microsegmentar y que nuestras segmentaciones estén las 24 hs. actualizadas.

- Web tracking e integración con el sitio web.
 - Instalación de Google Tag Manager
 - Integración con WordPress.
- Formularios.
 - Creación y asociación
 - Formularios creados con GDPR.
 - Propiedades: creación o campos
 - Customización.
- Bases de Contactos.
 - Creación, gestión y perfil de contacto.
 - Importación de base de datos.
 - Acciones y línea del tiempo.
- Segmentaciones o listas dinámicas.
 - Definición.
 - Teoría y uso de la segmentación dinámica.
 - Creación de listas dinámicas.
 - Reporte de resultados.
 - Exportación de una lista dinámica.
 - Reportes de contactos y clientes.
 - Uso en automatizaciones.

Clase 5: Email Marketing, Landing Pages y Contenido Dinámico

Se dice que el contenido es el rey, pero entregar un mensaje relevante a cada persona es aún más importante. Cómo crear piezas de email y páginas landing con contenido dinámico para que se adapten a cada uno de tus leads. También aprenderás a hacer testeos con los Experimentos de DataCrush, para comprender qué funciona y qué no funciona con tu audiencia.

- Campañas de Marketing Automation.
 - Definición y Creación de una campaña desde cero.
 - Diferencia de email y landing
- Plantillas de email.
 - Importancia y definición de diseño responsivo.
 - Tipos de Email y Editor Drag & Drop.
 - Templates, themes y creación de plantillas.
 - Galería de imágenes y multimedia.
 - Contenido dinámico.
- Landing Pages.
 - Tipos de landing pages.
 - Editor, creación y contenido dinámico
 - Reportes
- Geolocalización
 - Beneficios y segmentación
- Email Marketing.
 - Métricas claves de rendimiento y mejora de resultados
 - Reportes de envíos y mails inválidos.
- Experimentos
 - Definición y Beneficios.
 - ¿Por qué realizar experimentos?
 - Exp. de Email por contenidos, por tiempos y en automatizaciones.



Temario

Clase 6: Lead Nurturing: Automatizar para convertir leads a clientes

Todo lo aprendido comienza a tomar forma cuando comprendemos lo que es el "Lead Nurturing". En esta clase se unen las piezas y herramientas que fuimos viendo en las clases anteriores para ver cómo es posible automatizar y crear funnels que nos ayuden a convertir de manera más eficiente a nuestros leads en clientes.

- Lead Scoring o puntuación del contacto según su interés.
 - Definición.
 - Teoría y uso del lead scoring para optimizar el funnel de ventas.
 - Matriz y reportes de scoring.
 - Configuración de reglas.
 - Uso en automatizaciones.
- Lead Nurturing.
 - Definición.
 - Importancia de una estrategia de Lead nurturing.
 - Métricas y estadísticas de valor.
 - Lead scoring y lead nurturing dentro del funnel de ventas
 - ¿Cual es el objetivo clave de un funnel?
 - Tipos de funnels.
 - Tipos de acciones de Lead nurturing.
- Automatizaciones y Workflows.
 - Qué son las Automatizaciones cuáles son sus beneficios.
 - Estadísticas de uso.
 - Diferencias entre Automatizaciones y Workflows
 - Ejemplo de un workflow.

Clase 7: Full Automation: resuelve distintos problemas automatizando

En esta clase se dedicará un 100% del tiempo a resolver diferentes problemáticas con distintos tipos de automatizaciones. De esta manera los alumnos aprenderán a abordar situaciones del mundo real utilizando todas las herramientas disponibles de Automation.

- Recomendaciones:
 - Descansar bien la noche anterior.
 - Tener lapiz y papel.
 - Estar bien despierto para cambiar la lógica con la que resuelves los problemas del mundo Digital.



Temario

Clase 8: Ecommerce Automation: incrementa las ventas de tu tienda online

El E-commerce tuvo un impulso aún más fuerte durante la pandemia y por esa razón ahora más que nunca es importante automatizar los puntos fundamentales de las tiendas online. Cómo podemos aumentar el porcentaje de ventas rápidamente con unas simples automatizaciones y cómo podemos aumentar aún más ese porcentaje poniendo en práctica todo lo aprendido en el curso.

- E commerce automation.
 - Beneficios y estadísticas de integrar una página de e-commerce con una plataforma de MA
 - Ventajas de E commerce automation.
- Creación de cuenta Tiendanube.
 - Creación de una cuenta en Tiendanube.
 - Configuración, set up y pantallas.
 - Carga de productos.
 - Integración con DataCrush.
 - Status de la integración.
 - Automatización de carrito abandonado y último producto visitado.
 - Personalización de plantillas de email.
 - Reporte de automatizaciones de la integración.
- Integración con otras plataformas.
 - Integración con Salesforce, Facebook Lead Ads, Facebook Custom Audiences, Cliengo, Zapier y medios de pago.

Clase 9: Community Management: del social al omnichannel

Las redes sociales son un canal importantísimo y dependiendo del rubro de tu negocio cada una tiene sus puntos a favor y en contra. Sin embargo no podemos tratar a las redes sociales como un canal aislado, es aquí donde el Marketing Automation nos ayuda a unir nuestras redes sociales con el resto de los canales para tener una visión 360 de nuestros leads y clientes.

- Social Media.
 - Importancia de integrar RRSS con Marketing Automation.
 - Configuración de cuentas de RRSS y Social Inbox
 - Monitoreo de la comunidad.
 - Relacionamiento de un contacto.
 - Calendario: Publicación y Agenda de posteos desde el portal.
 - Contenidos de la galería multimedia a partir de los perfiles de RRSS.
- URL Corta.
 - Creación e integración de URL Corta.
- Código de Sincronización.
 - Que es un código de sincronización.
 - Creación de un código de Sincronización.
- Código de Eventos.
 - Que es un evento.
 - Creación de un código de Eventos.



Temario

Clase 10: CRM: potenciando las ventas gracias al MA.

Marketing y Ventas deben trabajar codo a codo para estar alineados con los objetivos del negocio, uno de los desafíos es el cultural o estructural y otro también importante es el tecnológico. En esta clase aprenderás cómo el departamento comercial puede beneficiarse de las acciones y los datos que recopila Marketing para que el ciclo de ventas sea más eficiente y menos costoso.

- ¿Por qué un módulo de Customer & Sales Tools?
- Diferencias de perfiles.
- Herramienta de Insights.
 - Oportunidades qué necesitan atención.
 - Top de Oportunidades.
 - Hot Leads.
- Panel de ventas.
 - Oportunidades según diferentes periodos y agentes.
 - Túnel de ventas. Funnel?
 - Oportunidades cerradas
- Oportunidades.
 - Listado, edición y etapas de oportunidades.
 - Registro de actividades y tareas.
 - Contactos
 - Notas y Archivos.
- Reporte de Actividades manuales.
 - Buscador de Actividades según diferentes periodos de tiempo, usuarios y actividad.

Clase 11: Práctica integradora: presentación de trabajos

En la clase final cada alumno tendrá unos minutos para presentar su trabajo, que consistirá en una presentación del caso y la implementación de todas las acciones en la plataforma. Al finalizar tendrás todos los conocimientos necesarios para poder desarrollarte como especialista en Marketing Automation.

