

**Objetivo del Curso de Community Manager – Nivel 2:** Dotar al participante de múltiples conocimientos, herramientas, estrategias e información actualizada que le permitirá comprender cómo atender eficazmente su mercado, así como conceptualizar y gestionar sus publicaciones de forma profesional para optimizar resultados publicitarios y de ventas en sus redes sociales.

**Plan de Evaluación:** Curso presencial practico mediante la realización de ejercicios en clase y evaluadas por Ingeniería Digital CA.

**Duración del Curso:** 6 Clases. 30 horas Académicas de 45 minutos cada hora.

**Perfil del Estudiante:** Dirigido al Publico en General

## CONTENIDO DEL CURSO

- Marketing
- El Marketing es como la pesca.
- Comprador, Consumidor, Cliente
- Necesidad & Deseo
- Precio vs Valor
- Evolución del Marketing
- Marketing Digital. Ventajas y beneficios.
- Herramientas del Marketing Digital.
- Si quieres que tu negocio digital funcione, debes comprender como funcionan estos 5 elementos
- Branding
- Inbound Marketing
- LEADS. Tipos de LEADS.
- Buyer persona.
- Pain Points. Si no duele, no vende.
- Funnel o Embudo de Ventas. Tipos de funnel. Temperatura del tráfico. Nivel de consciencia.
- Conversión.
- Engagement.
- Alcance vs Impresiones.
- Hashtags. Tips para generarlos.
- La persuasión. Principios. Aplicación al Marketing Digital. La persuasión como gatillo para generar
- ventas
- ¿Para qué posteamos?
- ¿Por qué invertir en Meta ADS?
- Beneficios de la publicidad paga
- Meta Business Manager (o Administrador Comercial). Cuenta Publicitaria. Administrador de
- Anuncios. Campaña Publicitaria. Objetivos. Anuncios.
- Objetivos que puedes usar para una Campaña Publicitaria.

- Niveles de las campañas publicitarias: Campaña - Conjuntos de anuncios - Anuncios.
  - Tips para la creación de anuncios en el Administrador de Anuncios.
  - Prospectos calificados y personas que no pueden, no podrán o no quieren comprar). Rol e importancia de cada uno en el Marketing Digital.
  - Precios Psicológicos como herramienta para mejorar las ventas. Efecto anclaje, efecto encuadre,
  - Efecto señuelo, efecto bandwagon, efecto lujo.
  - Consejos para crear estrategias de precios psicológicos.
  - ¿Incluir o no el precio de los productos en los posts?
  - Antes de bajar tus precios haz esto.
  - Errores que pueden estar afectando tus ventas en Instagram
  - Las Redes Sociales por si NO SON un canal de venta directa.
  - No compramos productos, compramos lo que SIGNIFICAN esos productos.
  - Estrategias para incentivar ventas: Bump Offer - Crosssell - Upsell - Downsell
  - 10 Estrategias Psicológicas que utilizan los grandes para facturar millones y que tú también puedes usar para vender más.
  - Segmentación. Beneficios de segmentar correctamente.
  - Segmentando en el Administrador de Anuncios.
  - Formatos de contenido en Instagram: Reels, Carruseles, Videos & Lives, Feed, Stories,
  - Suscripciones, Historias Destacadas, Mensajes Directos.
  - Condiciones de Instagram que debes saber.
  - Comprar o NO comprar seguidores, he allí el dilema.
- 
- Guía para perder seguidores
  - Tipos de contenido: Para generar credibilidad, Para compartir, Para humanizar la marca,
  - Accionable, Memorable, Digerible, Útil/Con propósito.
  - Estructura de un post.
  - Contenido que debemos generar en las Redes Sociales según resultado a conseguir.
  - Interpretando la información estadística que nos da Instagram.
  - Psicología de la forma en y diseño de contenido.
  - Psicología del color. Cromatología.
  - Remarketing, una estrategia poderosa.
  - Concursos, hacerlos o no, ahí está el detalle.
  - Las 3 Leyes de Newton de las Redes Sociales.
  - Hacks/Tips



- Ver anuncios publicitarios activos de la competencia
- Elimina seguidores para ganar seguidores
- Cómo reconocer cuentas falsas/boots
- Incentiva ventas
- ¿Te sientes bloqueado para crear contenido?
- Como "robar" seguidores
- Como planificar mejor el horario para publicar.
- Haz que el Algoritmo recomiende tu cuenta.
- ¿Debo crear contenido nuevo todo el tiempo?
- Espiando a la competencia
- Ideas para Reels sin aparecer en cámara
- Haciendo Stories creativas
- Haz publicidad como lo hace la FIFA
- Usa las Historias de Instagram como un experto.
- Aspectos claves para que tu cuenta esté optimizada.
- Para incrementar resultados de las ofertas, aplica neuromarketing.
- Si no quieres dañar tu marca, no cometas estos errores.
- Para incrementar resultados de las ofertas, aplica neuromarketing.
- Si no quieres dañar tu marca, no cometas estos errores.
- Mejora tu feed y evita que disminuya el alcance haciendo esto.
- Como optimizar tu titular en 3 pasos para vender más.
- Errores comunes a nivel de campaña publicitaria.
- Optimiza tu Bio y logra mayor exposición.
- Haz que las historias destacadas y los posts fijos trabajen para ti.
- Haz un copywriting como un pro.
- Posibles causas de no lograr conversiones.
- Errores que matan el alcance de las historias.
- Razones por las que tus reels no tienen engagement.
- Con este sticker incrementarás interacción de tus Stories.
- Desmintiendo algunos mitos de la publicidad en Instagram.
- Errores que matan el alcance de tus Historias.
- Cosas que no funcionan en Instagram
- Haz que los comentarios recibidos en una publicación te generen Likes en tu próxima publicación.
- Cómo mover tráfico desde un post a nuestro DM o al Whatsapp sin realizar publicidad paga.
- ¿Por qué nadie comenta tus publicaciones?
- El asombroso poder del número 3 en el Marketing
- ¿Cuál es la hora ideal para publicar? Horarios más y menos convenientes para publicar. Aprende a estimar tu horario ideal para publicar.
- Las 5W en la estrategia de comunicación de Marketing Digital.
- Comunicación Multicanal vs Omnicanal en el Marketing Digital.

- Optimizando la Atención al Cliente en las redes sociales.
- Tipos de títulos efectivos para tus posts.
- Lead Magnets
- Call to Action (CTA).
- Ganchos/Frases usado en contenido viral.
- Ideas de contenido.
- Apps y Webpages que permiten: elaborar diseños, conectar redes sociales, remover objetos de imágenes, elaborar fotos creativas y llamativas de perfil, colorear fotos en blanco y negro (IA), Mejorar resolución de imágenes (IA), comprimir archivos (IA), seguir organizadamente información de tendencia, bancos de imágenes PNG e imágenes con fondo, transformar un boceto en diseños (IA), usar programas sustitutos de Photoshop y CANVA de licencia libre, usar el "CANVA" de videos, encontrar hashtags acordes a la cuenta, generación de imágenes a partir de descripciones en lenguaje natural (IA), usar, crear y modificar imágenes bajo requerimiento propio (IA), usar plantillas y tutoriales para elaboración de diseños, editar fotos, bancos de videos, bancos de iconos, generar paletas de colores, gestionar y analizar las redes sociales, programar publicaciones, generar fotos de personas (IA), ubicar temas y música en tendencia y palabras claves, generar textos y copys (IA), elaborar mapas mentales, elaborar y editar videos, elaborar encuestas digitales, gestión de email marketing, entre otros. (IA) = Inteligencia Artificial