

## CONTENIDOS E INFLUENCERS EN PLANIFICACION DIGITAL DE MEDIOS

### Objetivos

1. Cómo fijar métricas clave para orientar a resultados campañas de marketing online.
2. Cómo crear una red de Influencers para que se conviertan en prescriptores de marca.
3. Cómo diseñar acciones de branded content a través de canales propios o de terceros para estimular tráfico o extender la notoriedad de marca.

### Parámetros de evaluación

1. Identificar de forma precisa los indicadores de rendimiento de las campañas de marketing digital.
2. Seleccionar perfiles afines a la marca y el target, para acciones patrocinadas a través de sus canales y plan de contenidos.
3. Seleccionar la estrategia de marca a través de técnicas de marketing de contenidos.

### Programa

Unidad 1. KPI's.

1. Métricas.
2. KPI 's
3. Modelos de pago.

Unidad 2. Bloggers, instagrammers y comunidades verticales.

1. Ventajas de incorporar influencers a tu planificación de marketing.
2. Contribución a objetivos de marketing y evaluación.
3. Aspectos clave de la negociación con Influencers.

Unidad 3. Outbrain, publireportajes, artículos patrocinados.

1. Diferencias entre inbound y outbound marketing.
2. Pros y contras del marketing de contenidos.
3. Tipología de contenidos.
4. 4. Incorporación de estrategia de contenidos para pequeñas y medianas empresas.

### Material desarrollado por

**Marta Hita**

*FREELANCE MARKETING CONSULTANT*

#### **Experiencia profesional**

COO & CMO (Versus Gamers) 2017 - Actualidad.

Marketing Manager (Versus Gamers) 2015 - 2017.

Strategic Manager, Social Media Strategist y Community Manager (Elogia) 2010 - 2015.

Cuentas gestionadas: Grupo Planeta, La Caixa, Disney Store, UOC, Privalia, Auto 88, Lastminute, Groupalia, Mahou, Ulabox....

#### **Competencia docente**

Docente en Máster de Marketing Digital y Posicionamiento en Buscadores (Seeway formación).

#### **Formación académica**

Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración, Ciencias Sociales (Universitat de Barcelona).

Licenciado en Derecho, Ciencias Sociales (Universidad de Málaga).