

Marketing Aplicado: De la Estrategia al Cliente para generar ventas

DESCRIPCIÓN

Un programa estratégicamente diseñado para profesionales, emprendedores y responsables de negocio que buscan transformar sus acciones de marketing en resultados concretos. Integra análisis del cliente, propuesta de valor, posicionamiento, comunicación estratégica y herramientas de comercialización, permitiendo atraer, convertir y fidelizar clientes de manera efectiva.

A través de un enfoque aplicado, los participantes aprenderán a conectar sus estrategias de marketing con objetivos comerciales reales, logrando un impacto medible en el crecimiento de sus negocios.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar la capacidad de diseñar e implementar estrategias integradas de marketing y comercialización, orientadas a la generación de resultados medibles, alineados con los objetivos del negocio y el comportamiento real del cliente.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Comprender los fundamentos del marketing estratégico orientado a resultados.
- Analizar al cliente y su proceso de decisión de compra.
- Definir un posicionamiento estratégico claro y diseñar estrategias de marketing alineadas a objetivos comerciales.
- Integrar marketing y ventas en una sola estrategia mediante la selección y ejecución de tácticas efectivas.
- Medir y optimizar resultados a través de indicadores clave de desempeño.



CONTENIDO

1. Fundamentos del marketing aplicado

Actualización de conceptos clave, enfoque en resultados, conexión entre marketing y ventas. Estudio de casos reales.

2. Fundamentos y Definición Estratégica: Introducción al Canva y Creación de Brief de Cliente

Uso de herramientas clave para identificar al cliente ideal, necesidades, comportamiento de compra y mercado.

3. Propuesta única de venta

¿Cómo construir ofertas atractivas que conecten con el cliente?

4. Branding y posicionamiento "Creación de Marca"

Elementos de marca, percepción del cliente y coherencia en la comunicación.

5. Estrategias de comunicación y contenido

Diseño de mensajes, canales y contenido orientado a captar clientes.

6. Canales digitales y herramientas de marketing

Redes sociales, plataformas digitales y herramientas accesibles para promoción.

7. Estrategia de ventas, embudo de ventas y conversión.

Atracción, interés. Decisión y acción. ¿Cómo generar ventas reales y efectivas?.

8. Seguimiento y fidelización de clientes.

Estrategias de retención, experiencia del cliente y recompra.

9. Métricas y toma de decisiones

Indicadores clave para evaluar resultados y optimizar estrategias.

DIPLOMA

La Universidad otorga el diploma de participación a quienes hayan asistido a por lo menos el 80% de las clases programadas dentro del curso. Los participantes que aprueben el curso podrán descargar su certificado digital en un plazo de 15 días después de la finalización.

INFORMACIÓN IMPORTANTE

El Centro de Educación Continua, se reserva el derecho de cancelar o reprogramar las actividades académicas que no reúnan el cupo mínimo de participantes. Los estudiantes del Centro de Educación Continua están sujetos a las normativas de la Universidad (disposiciones, infracciones y sanciones).