

RENOVA COMUNICACIÓN Y MARKETING

Vindio Corro



Es imposible no comunicar.

Paul Watzlawick

¿Qué es la comunicación?

TODO

¿Qué es la comunicación en nuestro negocio?

- En este mundo competitivo los comercios no pueden perder ni una sola oportunidad para marcar las diferencias sobre su competencia. Para ello deben trabajar la imagen y la comunicación tanto offline como online con sus clientes y potenciales clientes. Una diferenciación que debe hacerse además con una fuerte competencia.
- La intención de este curso es dotar de los conocimientos, habilidades y herramientas a los comerciantes para que desarrollen su propia comunicación corporativa:
 - Viendo la comunicación de su negocio como un todo y no como partes complementarias.
 - Guiando en la elaboración de una estrategia para que sepan dónde invertir su tiempo y dinero.
 - Acompañando y autorizando su transformación desde un comercio normal a otro preparado para competir desde un punto de vista de la comunicación y la imagen. Todo de una manera intensiva y amena.

Introducción

- Análisis previo: se realizará una entrevista para analizar y puntuar cuál es situación actual del comercio y a través de la parte teórica grupal guiar en los cambios que deben ejecutar en el comercio.
- Teórica grupal: se dedicarán 18 horas de teoría y ejercicios prácticos en grupo con todos los asistentes dividida en tres bloques:
 - Estrategia.
 - Marca y comunicación y marketing offline.
 - Marketing online y RRSS.
- Puntuación posterior: una año después se volverá a mantener una entrevista para analizar las acciones tomadas.

Estructura del curso

1. Introducción a la comunicación y marketing para comercios.
 1. Identificación de nuestro público y herramientas adecuadas.
 2. Posicionamiento y estrategia.
2. Tu marca
 1. IVC: Logotipo, Color Corporativo y Claim.
 2. Publicidad offline.
 3. Promociones y Eventos
3. Marketing online y RRSS (10h):
 1. Estrategia
 2. Web
 3. RRSS y Blog
 4. Publicidad online
 5. Mailing
 6. Estadísticas y seguimiento.

Temario

Día 1 4h

Introducción a la comunicación y marketing para comercios (2h):

- Estrategia
- Identificación de públicos objetivos.
- Posicionamiento.
- Ejemplos
- Ejercicios

Tu marca (2h)

IVC: Logotipo, Color Corporativo y Claim

Día 2 4h

Publicidad offline:
Ejemplos y teoría creativa (1h).

Promociones y Eventos (1h):

- Ejemplos
- Ejercicio común.
- Revisión ejercicio

Marketing online y RRSS

Estrategia (0,5h)

Web (0,5h):

- Revisión de ejemplos.

Día 3 4h

Marketing online y RRSS

RRSS y Blog (1h)

Introducción a las RRSS

Facebook (2h)

- Recomendaciones y uso.
- Herramientas.
- Estadísticas.
- Ejemplos
- Ejercicios.

Otras Redes útiles 1h):

- Twitter
- Instagram
- Vimeo y Youtube
- LinkedIn

Día 4 - 3h

Marketing online y RRSS

Publicidad online 1,5h:

Google Adwords:
SEM
Publicidad en Facebook.

SEO (1h):

Análisis de competencia
Análisis propio.
Herramientas de optimización SEO.

RRSS y Blog II (0,5h)

Día 5 - 3h

Marketing online y RRSS

Mailing (1h):

- Uso
- Herramientas útiles

Planificación (0,5h)

Creatividad (1h)

Establecimiento de objetivos medibles (0,5h)

Temario

- Se realizarán ejercicios para entender la importancia de una correcta y eficiente comunicación por parte de los comercios.
- Se analizarán casos de comercios cuyo cambios en estrategia han supuesto un cambio en el éxito de su negocio.
- Se estudiarán los públicos objetivos para cada uno de los comercios asistentes, aprendiendo a identificar las herramientas más eficientes.

1. Introducción a la comunicación y marketing para comercios

- Se realizará una introducción y análisis de que es la IVC y cómo saber aplicarla a nuestro negocio.
- Se realizarán juegos para saber aplicar estrategia a nuestra IVC.
- Se analizarán ejemplos de buenas maneras en IVC así como ejemplos erróneos.
- Se explicará teoría sobre la publicidad offline así como de la organización de eventos locales para comercios y se revisarán ejemplos y se realizarán ejercicios tomando como protagonistas a los propios comercios.
- En la parte individual se analizará y puntuará la IVC e imagen del comercio subrayando los aspectos a mejorar según las circunstancias del comercio.

2. Tu marca

- Se enseñará a realizar la estrategia de marketing online para saber llevar tanto la Web como las Redes Sociales aplicadas a nuestro negocio.
- Se analizarán cada una de las Redes así como diferentes herramientas para sus uso correcto.
- Se realizarán ejercicios prácticos para saber ejecutar técnicamente dichas Redes.
- Se explicará el uso de las diferentes herramientas útiles para los comercios.
- Se realizarán ejercicios prácticos

3. Marketing online y RRSS

- Son una serie de entrevistas en donde puntuar el estado actual del comercio e indicar aquellos puntos donde debe mejorar.
- Un años después se repetirán las entrevistas para puntuar el estado un año después y comprobar tanto la evolución como cuestiones todavía pendientes.

Análisis previo y posterior

2) WEB y REDES SOCIALES

2.1 WEB

		INICIAL	Nº	FINAL
¿TIENES WEB?				
¿TIENE MÁS DE 5 AÑOS?				
¿HAS COMPROBADO QUE FUNCIONA EN TODOS LOS MEDIOS Y EXPLORADORES ?				
¿UTILIZAS LA WEB (EN BLOG O SECCIÓN NOTICIAS) PARA ANUNCIAR TUS PROMOCIONES?				
¿INDICAS CLARAMENTE TUS SERVICIOS Y PRODUCTOS?				
¿SE ENCUENTRA CLARAMENTE TU LOCALIZACIÓN Y MANERA DE PONERSE EN CONTACTO CONTIGO?				
¿CHECKEAS GOOGLE ANALITYCS PARA VER CÓMO SE MUEVE LA GENTE POR TU WEB?				
¿TIENES EL MENÚ ORDENADO CON LO QUE MÁS TE INTERESA VENDER?				

Ejemplo cuestionario análisis

- El curso consta de:
 - 18 horas de curso presencial
 - 0,5 horas por asistente de evaluación previa.
 - 0,5 horas por asistente posteriores.
- El precio total es de 3000€

Precio*

Considerando un curso con 18 asistentes.

Vindio Corro Lastra

619654403

vindio@anomalia.es

www.anomalia.es

Más información