

Aspectos básicos del marketing

CAPACITACIÓN PRESENCIAL DE HUBSPOT

Día 1

Objetivo:

Comprender métodos y conceptos clave de marketing para atraer tráfico al sitio web.

Nivel:

Principiante

Metodología inbound y campañas

Comprende la metodología sobre la que se basan las herramientas de marketing de HubSpot y cómo puedes organizar tus esfuerzos de marketing en función de una campaña.

Buyer personas y el recorrido del comprador

Desarrolla perfiles útiles de tus buyer personas y sus recorridos del comprador para impulsar la creación de contenido en función del modo de pensar de cada comprador en cada una de las etapas.

Gestionar los datos de tus contactos

Descubre cómo analizar la información en un registro de contacto de HubSpot y tu configuración de contactos.

Conjunto de temas y páginas pilares

Desarrolla una estrategia de contenido que contribuya a tu autoridad SEO en relación con temas centrales de tu organización usando la herramienta Estrategia de HubSpot.

Sesiones de brainstorming para generar publicaciones del blog únicas

Descubre algunos métodos para generar nuevas ideas de artículos del blog que te ayuden a aumentar el tráfico a tu sitio web.

Redes sociales

Descubre cómo monitorizar tu presencia en redes sociales y publicar contenido atractivo desde HubSpot.

Aspectos básicos del marketing

CAPACITACIÓN PRESENCIAL DE HUBSPOT

Día 2

Objetivo:

Optimizar tu sitio web para la generación de oportunidades de venta a través de las conversiones de contenido.

Nivel:

Principiante

Informes de fuentes

Analiza la información en el informe de fuentes de HubSpot para descubrir oportunidades y prioridades en tus fuentes de tráfico web.

Diversificar la biblioteca de contenido

Explora tácticas que puedes usar para producir contenido único y extraordinario que te ayude a convertir nuevas oportunidades de venta.

Readaptar contenido existente

Identifica oportunidades para crear contenido nuevo y readaptar contenido ya existente.

Crear un camino de conversión

Descubre cómo proporcionar una oferta de contenido con un botón de llamada a la acción, una página de destino, un formulario y una página de agradecimiento.

Rendimiento de las conversiones

Analiza las páginas, recomendaciones y fuentes que influyen un tipo de conversión en particular.

Creación de listas

Aprovecha los datos de tus contactos para crear segmentos clave para enviar correos electrónicos, generar informes y hacer una limpieza de la base de datos.

Análisis de contenido

Lleva a cabo un inventario de tu contenido existente y planificado para determinar qué falta en tu biblioteca de contenido y qué debes priorizar.

Aspectos básicos del marketing

CAPACITACIÓN PRESENCIAL DE HUBSPOT

Día 3

Objetivo:

Automatizar los cambios en las bases de datos y la nutrición de oportunidades de venta con los workflows de HubSpot.

Nivel:

Principiante

Aspectos básicos de la automatización

Identifica el propósito de la automatización del marketing para tu empresa y explora los diferentes casos de uso para implementar un workflow de HubSpot.

Inscripción y acciones de un workflow

Descubre cómo aprovechar tus datos de HubSpot para inscribir en un workflow los contactos adecuados en el momento ideal y revisar la funcionalidad de las acciones disponibles.

Tipos de plazos de workflows

Determina cómo y cuándo deberías usar las diferentes opciones de plazos de los workflows.

Planificar la nutrición de oportunidades de venta

Define los objetivos de la nutrición y descubre nuevas tácticas para determinar cuántos correos electrónicos debes enviar en un workflow.

Creación de correos electrónicos

Descubre cómo crear un correo electrónico de alto rendimiento usando la herramienta Correo Electrónico de HubSpot.

Diseñar un plan de nutrición

Desarrolla el contenido que quieres usar en tu workflow y revisa las nuevas estrategias para nutrir tus oportunidades de venta.

Configuración y prueba del workflow

Descubre cómo usar tu configuración para gestionar la exclusión de contactos, y la frecuencia de los correos, y revisa las tácticas para probar tu automatización.

Rendimiento de campañas y nutrición

Revisa el desempeño de la nutrición y las campañas en determinadas áreas de HubSpot.