



CURSO ONLINE VÍA ZOOM

Marketing Manager

Día 1

@christchemkt
@christchemkt
@christchemkt



BIENVENID@S

¡GRACIAS POR DECIR PRESENTE!

Este curso fue creado con una promesa la cual es, no solo compartir mi conocimiento, sino también para que a partir de hoy te conviertas de una vez por todas en un Marketing Manager.





CONTENIDO DEL CURSO



Día 1

Esta dividido en 4 partes donde iniciamos con conceptos básicos sobre marketing manager, bloqueo creativo, Identidad visual, uso de herramientas para diseño, creación y estrategia de contenido y copywriting.

Día 2

Este día lo he dividido en 3 partes, la primera hablaremos de funnel de ventas, la segunda vamos a dominar el administrador de anuncios de Facebook y finalizaremos con el paso a paso para que realices tu primer lanzamiento



Soy Christ

Un poco sobre mi

Soy publicista y desde hace mas de 5 años descubri una pasión que vivo a diario: el marketing digital.

Me he desempeñado como Marketing Manager de empresas en Ecuador y soy CMO de UNIDEA Agencia de Marketing Digital y UNIDEA Marketing School.

Resido actualmente en Quito desde donde comparto contigo todo mi conocimiento en social media, tráfico digital, manejo de herramientas para creación de contenido, gestión de clientes y mucho más.





AHORA QUIERO SABER MAS DE TI

¡ES TU TURNO!

Nombre, a qué te dedicas, lugar de residencia y qué esperas de este curso

@christchemkt
@christchemkt
@christchemkt



¡ARRANCAMOS!

PRIMERA PARTE

Conceptos básicos y Bloqueo Creativo

@christchemkt
@christchemkt
@christchemkt



¿QUÉ ES UN MARKETING MANAGER?

CONCEPTO MARKETING MANAGER

Un Marketing Manager es responsable de la implementación, la puesta en acción y control del plan de marketing digital de una empresa o marca.

ACCIÓN

PAUSA





Funciones de un Marketing Manager



Creación de Contenido

Es importante conocer todos los formatos y cuál será su uso.

Inbound Marketing

Pone en marcha estrategias que conviertan clientes en compradores

Branding

Estar atento a todas las acciones de visibilidad de la marca.

Social Media

Gestión de las Redes Sociales y de la estrategia de contenido.





COMPETENCIAS DE UN MARKETING MANAGER

- Puesta en marcha de estrategias de email marketing, branding y social media.
- Conocimiento de las herramientas digitales más novedosas del mercado.
- Interpretación de datos para valorar las campañas publicitarias exitosas y su rentabilidad.
- Ser un líder en su equipo y para ello es muy importante la comunicación
- Debe estar actualizado en las estrategias de Marketing Digital.



BLOQUEO CREATIVO

¿QUÉ ES Y CÓMO VAMOS A VENCERLO?

La REA define creatividad como la facultad de crear, así que si hablamos de bloqueo creativo podemos decir que es la falta o pérdida temporal de creatividad.



 2021 NUEVAS DECISIONES



COMBATE EL BLOQUEO CREATIVO

Cambia tu punto de vista

Utilizar siempre el mismo objetivo puede ser causa del bloqueo.

Busca inspiración

No estarás copiando, estarás entrenando tu ojo y tu cerebro.

Apunta todo

Hasta la idea más loca que venga a tu casa. ¡Lleva siempre donde anotar!

Desconectate por completo

No insistas más en eso porque tu cerebro se va cansar y no saldrás del hueco donde te encuentras.



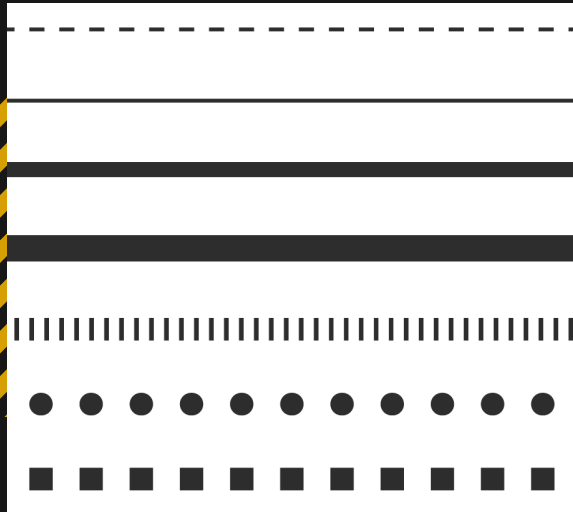
¡LO QUE VIENE ES ACCIÓN!

SEGUNDA PARTE

SOCIAL MEDIA KIT: Creando nuestro concepto visual

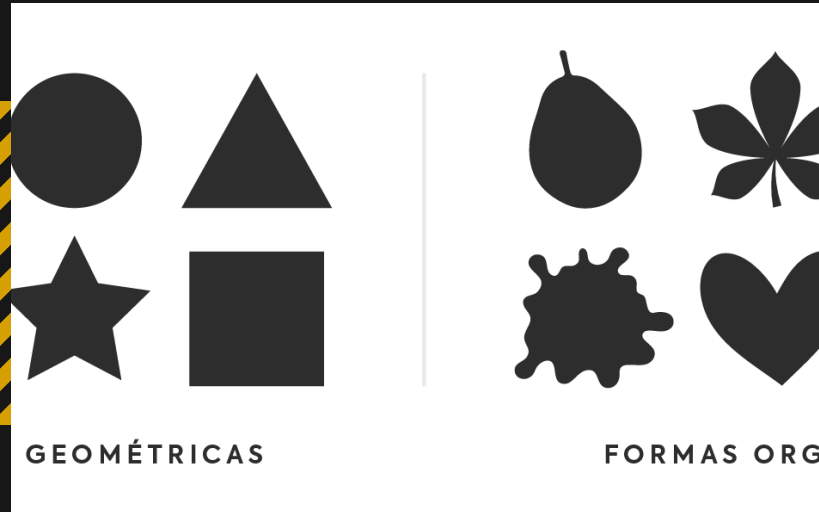
@christchemkt
@christchemkt
@christchemkt

ELEMENTOS VISUALES



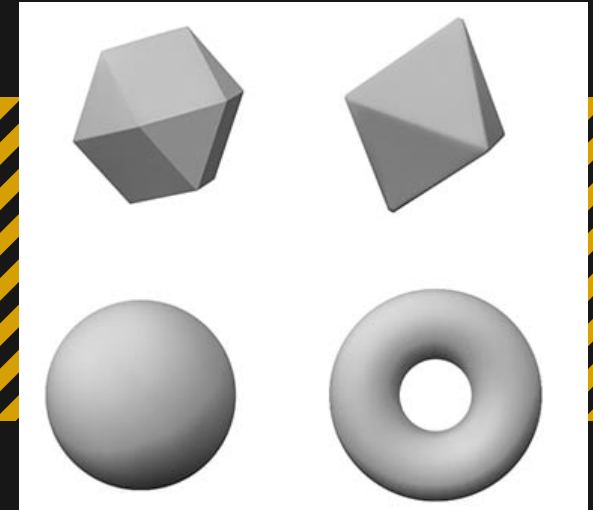
LÍNEA

Es el elemento visual básico de todo diseño. Al trabajar con ellas debemos prestar atención al grosor, color, textura y estilo



FORMA

Una forma es un espacio cerrado y plano, limitado a dos dimensiones, que se mide por anchura y altura.



OBJETO

Cuando una forma adquiere propiedades tridimensionales, pasamos a denominarla Objeto.

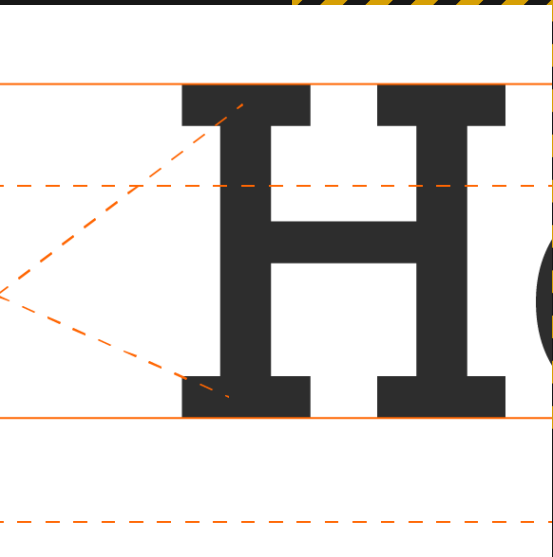


ESPACIO POSITIVO



ESPACIO NEGATIVO

ELEMENTOS VISUALES



TEXTURA

Es la cualidad física de una superficie y hace referencia al tacto de un objeto.

TIPOGRAFIA

Es una de las formas más directas de comunicar visualmente, con titulares o párrafos.

ESPACIO

Es la distancia o área alrededor o entre los elementos de nuestro diseño.

COLOR

Es la cantidad de luz que se refleja sobre un objeto.



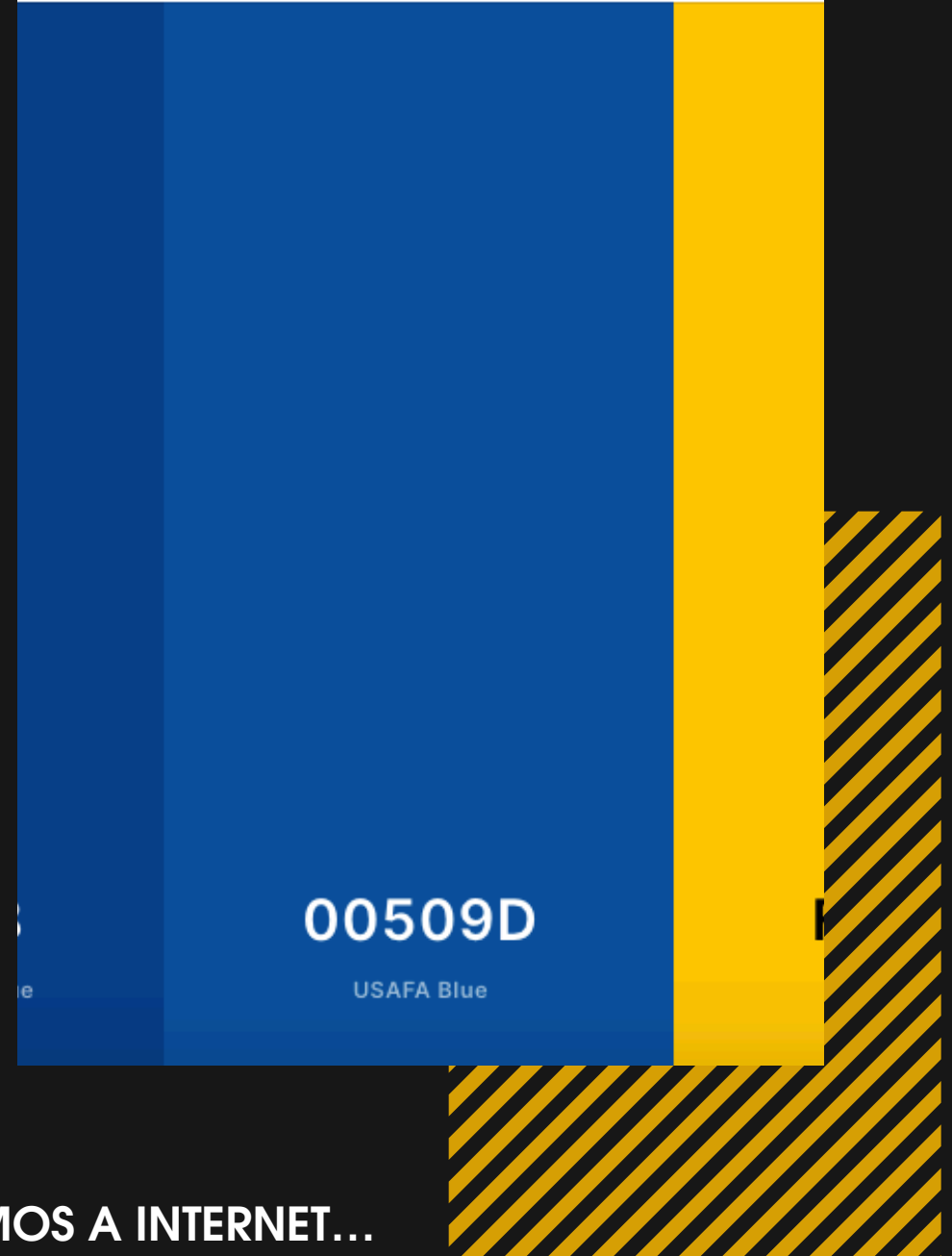


PALETAS DE COLORES

¿Para qué nos sirve?

Ella nos permitirá darle ese toque de luz, de seducción o de motivación a todos aquellos que vean nuestra marca.

Además refleja los valores de nuestra marca, lo que queremos que nuestros espectadores perciban de nosotros.



VAMOS A INTERNET...



SOCIAL MEDIA KIT

TITULOS

SUBTITULOS

CUERPO DE TEXTO

LOGOS

PALETA DE COLORES

FOTOS DE MARCA PERSONAL





3,2,1 CONTENIDO... ACCIÓN

TERCERA PARTE

Creación de Contenido, Fórmulas, Formatos y más

@christchemkt
@christchemkt
@christchemkt



MARKETING DE CONTENIDOS

¿QUÉ ES?

Es una técnica de marketing que se basa en crear, publicar y compartir contenido de interés basado en nuestro público objetivo.

¿PORQUÉ HACERLO?

- Mejora tu imagen como marca
- Es más barato y rentable
- Te permite tener relaciones más directa y cercana con tus usuarios de forma natural y abierta



CURACIÓN DE CONTENIDO

1. **Busqueda:** Elige fuentes, buscadores, grupos, listas, suscripciones y todos los contenidos que consideres de tu interés.
2. **Filtra:** Una vez que tenemos toda la información seleccionada, haz una labor de selección cuidando los criterios que quieres utilizar.
3. **Lee:** Siempre hay que ser paciente leyendo y una vez leas el contenido, incluye solo aquel que haya llamado tu atención de alguna forma.
4. **Organiza:** No utilices la totalidad del artículo, incluye directamente el enlace para que te sea más rápido tener toda la información en un simple vistazo.
5. **Personaliza:** Crea siempre algo nuevo y original, con tu propia opinión y criterio. Retitula el contenido, incluye hashtag, keywords y etiquetas.
6. **Comparte:** Difunde el nuevo contenido y compártelo con los usuarios en tus redes sociales



FÓRMULA DE CONTENIDO GARY VEE

MIRA LO QUE HAGO, NO LO QUE DIGO

Migrante
Genio de la creación de contenido
Empresario exitoso
Dueño de VaynerMedia y otras empresas más



FÓRMULA DE CONTENIDO GARY VEE

THE CONTENT PYRAMID

DOCUMENT PILLAR CONTENT

One long form piece of content (i.e my daily vlog, Q&A show, keynotes, or podcast)

REPURPOSE INTO
MICRO CONTENT

Create short-form pieces of content (i.e articles, memes, images, quotes, stories, mashups, remixes, rants, GIFS, etc.)

DISTRIBUTE
ACROSS
SOCIAL
MEDIA

Distribute all content on relevant social platforms



FÓRMULA DE CONTENIDO GARY VEE



1 ESTABLISH PILLAR CONTENT

Document ➡ Create ➡ Distribute ➡ Listen ➡ Create ➡ Distribute



FÓRMULA DE CONTENIDO GARY VEE

3. DISTRIBUTE PILLAR & MICRO CONTENT

PLATFORMS		POST TIMES
Facebook		12:00 PM EST
Podcast		12:00 PM EST
YouTube		12:00 PM EST
IGTV		12:01 PM EST
LinkedIn		12:01 PM EST
Instagram		12:01 PM EST
Snapchat		12:01 PM EST
Twitter		12:01 PM EST

- Pillar Content
- Micro Content

FORMATO ORIGINAL

APLICANDO METODOLOGÍA DIVIDE Y MULTIPLICA

CARRUSEL INSTAGRAM

LIVE con diapositivas en IG

Podcast

PDF para LinkedIn

Presentación con música para FB

Vídeo de Youtube

Artículo del Blog

PODCAST GRABADO CON CÁMARA

Pieza con frase / párrafo

Vídeo con ondas de audio

Trozo de podcast con ondas de audio

Curso de Pago

Artículo de cada módulo

1 vídeo de estrategia o táctica por cada módulo

Lead Magnets relacionados al curso

Un webinar educativo con venta

Infografía resumen

Webinar VIVO

Artículo blog

Gráfica

Descargable editable o PDF

Pieza con frase

Infografía resumen

Grabación del webinar evergreen con mismas dispositivas



PILARES DE CONTENIDO

↑ **Cuenta tu historia:** este debe ser tu primer paso a la hora de crear contenido y debes basarlo en los siguientes puntos:

- Historia de tu negocio
- Historia de tu marca personal
- Historia de éxito
- Alguna entrevista que te hayan realizado

↑ **Educa a tu audiencia:** siempre debes incluir en tu estrategia de un contenido educativo, esto permitirá que tus clientes potenciales confien mucho más en ti. Te dejo algunas recomendaciones:

- Ebook
- Masterclass o webinar
- Videos cortos educativos
- Post
- Artículos de blog



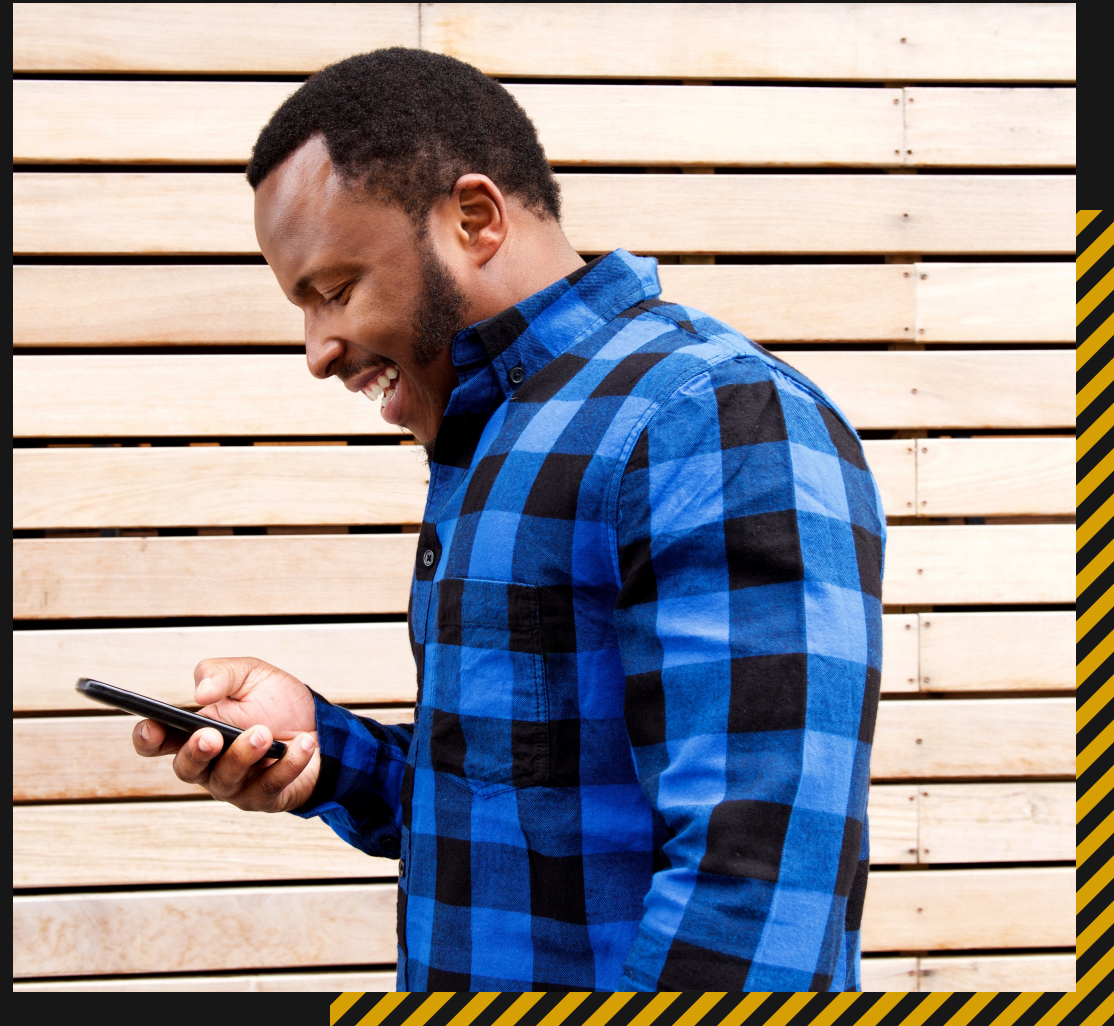
PILARES DE CONTENIDO

↑ Ayuda a tu audiencia: siempre tendrás la oportunidad de ayudar a tu audiencia, así que debes enfocar tus contenidos en este punto y ¿cómo vas a hacerlo? pues aquí te dejo algunos tips:

- Tutoriales
- Algunos trucos nuevos
- Responde sus comentarios sin tanto rodeo

↑ Convencimiento: es una tarea que necesitas lograr lo más pronto posible, así que como verás todo va de la mano, pero tu enfoque en este contenido debe ser el siguiente:

- Contenidos que parten de alguna pregunta de tus clientes
- Testimonios de resultados obtenidos
- Historias realizando tu trabajo



OBJETIVOS

Objetivo Principal:

Objetivo 1:

Objetivo 2:

Objetivo 3:

PILARES

Pilar 1:

Pilar 2:

Pilar 3:

Pilar 4:





FORMATOS DE CONTENIDO



1. Artículo de Blog
2. Podcast / VideoPodcast
3. Videos
4. Memes
5. Gifs
6. Ebooks
7. Infografías
8. AudioBooks
9. Webinar
10. Plantillas

FORMATOS DE CONTENIDO

VAMOS A INTERNET...





LA CLAVE ESTA EN PERSUADIR

CUARTA PARTE

Todo sobre Copywriting

@christchemkt
@christchemkt
@christchemkt

¿QUÉ ES EL COPYWRITING?

El copywriting es la habilidad de escribir de manera persuasiva cualquier tipo de texto que aparezca en tu página web o post de redes sociales para conseguir que tu cliente ideal realice una acción.

El copywriting rompe con ese tipo de escritura rimbombante, llena de adornos que no dicen nada porque va directo al punto de dolor para después presentar una solución. Se trata de seducir con palabras, de conectar con la parte emocional de tus posibles clientes.



3 FASES DEL COPYWRITING

INVESTIGAR

Para escribir necesitas información y por eso este es el paso más importante

ESCRIBIR

Es la parte divertida pero solo representa el 15% de todo el trabajo

EDITAR

Esta es la parte cruel ya que después de haber creído que has hecho un texto increíble te das cuentas de que no es nada persuasivo y comienzas a realizar ajustes.





DESPIERTA EL DESEO DE VENTA

PRIMERO DEBEN CREER EN TI

Para que un cliente potencial pueda creer en ti:

- Debes ofrecer cifras y datos que aporten credibilidad inmediata.
- Debes escoger las palabras que tu público objetivo entienda.
- Si tu productivo o servicio es el mejor y de máxima calidad debes explicar por qué es el mejor y de máxima calidad, sin tópicos.

Para contruir un mensaje de venta que impacte debes realizarte las siguiente preguntas:

- Qué problema soluciona tu producto o servicio
- Quién tiene ese problema
- Cómo le hace sentir ese problema
- Qué conseguiría esa persona contigo



GENERA TEXTOS COMPLETOS DE VENTA

ATENCIÓN

Es esa frase que va a llamar la atención de tu público objetivo

DESEO

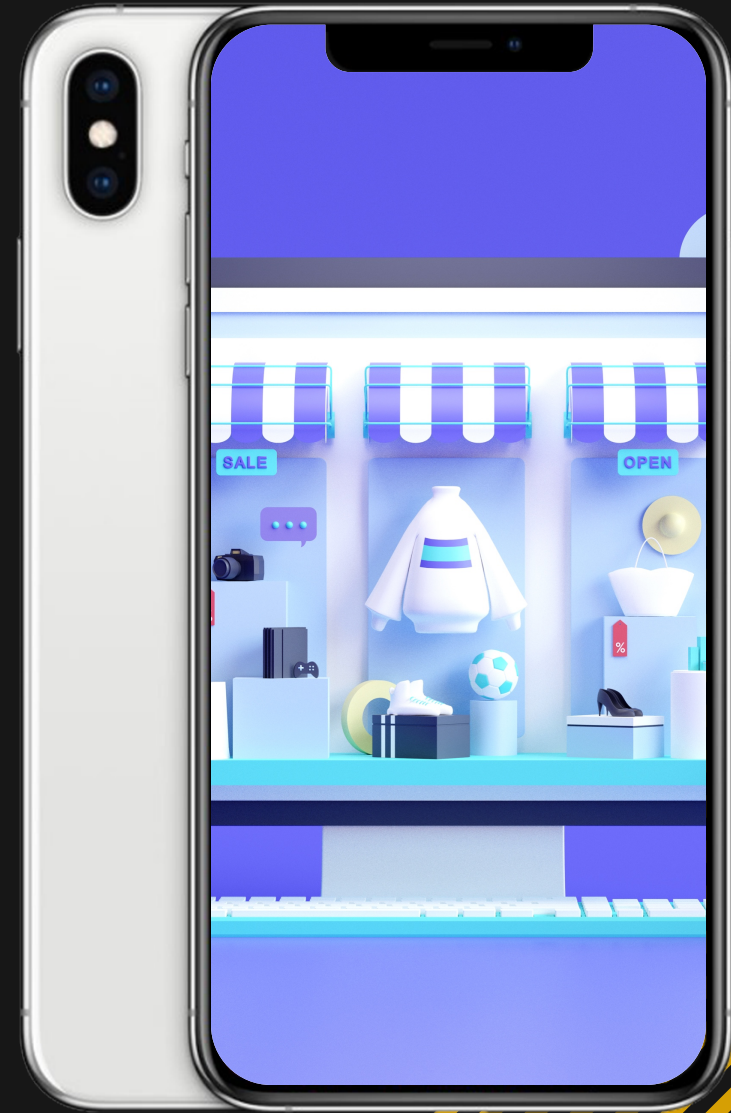
Ahora haz que lo desee tanto que no le quede más opción que...

INTERÉS

Despierta el interés en tu producto o servicio

ACCIÓN

Incluye una llamada a la acción clara que tu cliente debe realizar





CURSO ONLINE VÍA ZOOM

Marketing Manager

Finalizamos Día 1

@christchemkt
@christchemkt
@christchemkt