

online

MAR- KETING DIGITAL

— BROTHER



- S O S LO QUE HACÉS -



¿Quiénes somos?

BROTHER

La Escuela de Creativos
más premiada del mundo.

La mejor Escuela de Creativos de
la Argentina por 7mo. año consecutivo
según el Círculo de Creativos Argentinos.

Una de las únicas 3 escuelas del mundo
en ganar un Clío, Sol de Oro en Bilbao y Oro
en los premios Inspirational IAB Spain 2014.

La Escuela con más sedes en el mundo.

Más de 20.000 alumnos egresados.

Más de 15.000 alumnos trabajando
en la actualidad en agencias.

Más de 40 leones de Cannes
ganados por ex-alumnos.

B.



EL TRABAJO MENTAL CADA VEZ SERÁ MÁS VALORADO.

Estamos entrando a la llamada era de la “Desocupación informática” en donde la tecnología y sus robots cada vez ganan más terreno y se apoderan de fuentes de trabajo humanas.

Hoy en día ya hay máquinas que realizan cirugías prescindiendo de médicos o computadoras que filman un programa de TV sin la necesidad de contar con camarógrafos.

Es por eso que los creativos tenemos el futuro asegurado, ningún robot podrá hacer nuestro trabajo porque no pueden pensar y mucho menos entender lo que moviliza a las personas.

En un mundo con tanta información la creatividad cada vez es más indispensable porque ayuda a “separar” entre tantos estímulos.

¿Qué es lo que genera la creatividad?

Más que nada la presencia de otra gente creativa. La idea de que la creatividad es algo relacionado con grandes genios es falsa. La realidad es que la creatividad es un proceso social: nuestros más grandes avances vienen de la gente de la que aprendemos, de la gente con la que competimos y de la gente con la que colaboramos.

Brother es un espacio multicultural donde gente de todo el mundo se junta a intercambiar ideas enriqueciendo el proceso creativo.

Las mentes creativas necesitan libertad para innovar y la escuela es el lugar ideal para eso.





CONTENIDO DEL CURSO.

01 INTRODUCCIÓN AL MD

GO CIRCULAR

*La evolución constante del marketing.
Irrupción digital, lo que cambió: una nueva manera de comunicarnos.
Marketing Tradicional (offline) vs Marketing Digital (online)
El nuevo rol del Consumidor
Marketing 360° - Visión holística del marketing on + off
De las 4P a las 4E y el Inbound Marketing.*

GO CIRCULAR

*Del marketing lineal al marketing circular
Lo último: Flywheel la evolución del tradicional embudo de conversión a la rueda de retroalimentación.*

02 PLAN DE MARKETING DIGITAL

UNA MISIÓN SIN UN PLAN ES UN DESEO

*Cómo hacer un plan en 7 pasos.
Situación actual de tu marca y la de tu competencia.
Conocer a tu audiencia: arquetipo, buyer persona, B2B, B2C, target, segmentos, audiencias y personas.
Be SMART. Definición de objetivos de manera consciente y real.
Objetivos en marketing digital:
Attract. Engage. Delight. Growth.
Estrategia y Creatividad.
Selección de canales digitales (menos es más).
Estrategia de contenido:
Creativo + Disruptivo + Consciente
Métricas, KPIs, estadísticas, análisis y reporting.
Todo muy lindo hasta que armamos el presupuesto.
Todo más lindo aún cuando calculamos el ROI.*

03 PÚBLICO // IDENTIKIT + LIFESTYLE

CADA PERSONA ES UN MUNDO

*El poder volvió al consumidor.
Jugando al quién es quién
Definición de Arquetipos
Diseño de Buyer Persona
Si tu marca fuera una persona, ¿cómo sería?
Modelo de negocio: B2B, B2C, BtoWhat?
Segmentación: dime qué contenido consumes y te diré quién eres, cómo vives, qué te emociona, qué te moviliza, con quién andas (y mucho más - te estamos stalkeando).
Ciclo de vida del consumidor.
Entender la tendencia..*

04 ECOSISTEMA DIGITAL

EN EL UNIVERSO TODO ESTÁ INTERCONECTADO

*Redes Sociales: Who's the boss.
Facebook. Instagram. LinkedIn. YouTube.
Estar no es lo mismo que ser. El que mucho abarca, poco aprieta.
Mi Web, mi hogar online.
Landing pages.
Blogging is back.
SEO
Social Ads + Google Ads (sin publicidad no hay paraíso)
Email marketing (si al mailing inteligente, no al spam!)
Ecommerce (todos tenemos algo para vender)
Whatsapp
Online chat y bot
Leads
Cómo integrar los canales y herramientas digitales con el flywheel: (el nuevo funnel de conversión circular) y el ciclo de vida de cada buyer persona (consumidor).
Qué canales elegir según tus objetivos y tu público.
#1 Word of mouth: la fuerza del boca en boca digital.*





CONTENIDO DEL CURSO.

05 CONTENIDO DIGITAL (ARTE+COPY)

DEJÁ DE VENDER, EMPEZÁ A AYUDAR

El contenido es el rey: la experiencia de tu usuario tiene que ser 10 veces mejor que la de la competencia.

3 formas de consumir contenido

Redacción creativa y estratégica

Hashtags, tags, ubicación.

Diseño digital (UX, UI, VD).

La fotografía como contenido

El diseño a partir de conductas.

HOOK como marco teórico.

Identidad de marca. Valores. Tu momento. Tu mensaje.

Guía editorial: Territorios de contenido, calendario de publicaciones.

Guía de estilo: tono, colores, tipografías, emojis,

tipos de filtros, moodboard. Real time vs Right time.

It's all about timing. Storytelling:

Todos tenemos una historia para contar.

Video Marketing: Tendencia.

Screenless Marketing

06 PENSAMIENTO CREATIVO

CREATE WHATEVER CAUSES A REVOLUTION IN YOUR HEART

Pensamiento lateral. Design thinking

Técnicas de pensamiento creativo.

Marketing digital disruptivo.

07 MEDIR, ANALIZAR Y AJUSTAR

REVISAR TU CAMINO AL ÉXITO

Definición de Indicadores de rendimiento (KPI'S)

Comprender conceptualmente qué medir

Análisis cuantitativo y cualitativo de los datos.

Cómo buscar esa información.

Qué hacer con toda la información que se genera

Reporting.

08 PRESUPUESTO Y ROI

TODO MUY LINDO HASTA QUE ARMAMOS EL PRESUPUESTO. TODO MÁS LINDO AÚN CUANDO CALCULAMOS EL ROI.

Cómo armar un presupuesto de marketing digital.

Análisis de recursos y material disponible.

Análisis de los talentos y habilidades del equipo.

Cuál es el equipo básico y necesario para idear,

ejecutar y evaluar una estrategia de marketing digital.

Cómo calcular el ROI.

Cuánto invertir para mejorar tu rentabilidad.





Lú Melidone



Lú Melidone es Consultora Independiente en Marketing Digital, especializada en planeación estratégica y creatividad.

Vive en las islas del Delta, trabaja at home y de manera itinerante con equipos de freelancers para diversos proyectos hace varios años.

Ha transitado su trayectoria profesional entre los dos mundos: trabajando en empresas y como freelancer y emprendedora. Hace 12 años está inmersa en el mundo digital, a la par de su evolución.

Nacida en Buenos Aires, vivió un año en Europa, 7 en México, 2 en Mendoza y hace 5 años regresó a Buenos Aires donde eligió anclar por un tiempo.

En Europa, viajó, exploró y se inspiró en las ideas que fueron tomando forma y concretándose de ahí en adelante.

En Argentina trabajó como Digital Manager en Bodega Argento - coordinando la estrategia integral y global de marketing digital - y anteriormente, como Marketing Officer en Las Leñas Ski Resort - donde además del marketing offline, desarrolló e impulsó la estrategia online.

En México, trabajó en el destino turístico Riviera Maya como Consultora en Marketing y Comunicación on-off para un icónico restaurante (Yaxche Maya Cuisine) en el cual años anteriores se desempeñó como Gerente de Relaciones Públicas, Marketing y Eventos.

En el medio, fue Gerente de Marketing y Relaciones Públicas, y Wedding Planner en Indigo Beach Club and Restaurant.

Durante sus años en México emprendió y desarrolló el proyecto TrotaMexico - la primera guía online de viajes culturales y naturales de México enfocada en experiencias de viajeros, para lo cual viajó por todo el país durante dos años. Posteriormente creó y desarrolló el proyecto Top 10 Riviera Maya, una app con las mejores experiencias elegidas por expertos en el destino.

Al regresar a Argentina, creó y desarrolló Ruta Mendoza y Mendoza Wineries, dos apps que funcionaban como guías enoturísticas de las rutas del vino de Mendoza.

Desde 2015, como consultora independiente ha trabajado en la planificación y desarrollo de Marketing Digital para dos proyectos: una marca de vinos con e-commerce y una tienda online de iluminación. En paralelo ha dado cursos y capacitaciones en Marketing Digital, Community Management, Marketing Personal y Pensamiento Creativo.

Le apasiona viajar, escribir, hacer fotografía, cocinar, estar en la naturaleza, crear, emprender, socializar, conectar, intercambiar experiencias, acompañar procesos creativos y disfrutar.

La Creatividad es su filosofía de vida.



@lumelidone @vivirenlaisla



Lú Melidone





PARA MÁS INFORMACIÓN
E INSCRIPCIONES CONTACTARSE AL:
VÍA MAIL A :

athome@brotherad.com



B.

at home

#CURSOPARACURSARENBATA