



CURSOS DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS

Descubre nuestra selección de Cursos de Marketing Digital diseñados para ser realmente útiles, cubriendo las necesidades básicas y cruciales que las empresas y profesionales necesitan hoy. No son solo teoría: son herramientas prácticas que te ayudarán a mejorar tu visibilidad, atraer clientes y aumentar tus resultados desde el primer día.

Disponemos de formaciones en varios formatos para adaptarnos a las necesidades de cada empresa. todas las formaciones se realizan online, para mayor comodidad.

Estrategia y Criterio: La Base del Marketing Digital - Cursos de 10 h

El éxito en el ecosistema digital no depende de la ejecución de tácticas aisladas, sino de una base estratégica sólida y una comprensión profunda de las mecánicas de mercado. Para que el conocimiento sea aplicable y rentable, es imprescindible combinar la teoría fundamental con la práctica dirigida.

Nuestros programas de especialización de 10 horas han sido diseñados específicamente para dotar a gerentes y responsables de área de la solvencia técnica necesaria para liderar la transformación digital de su empresa.

Este ciclo de formación intensiva permite a la dirección tomar las riendas de su estrategia global bajo dos vertientes críticas:

- Capacidad de ejecución interna: Adquirir los fundamentos técnicos y prácticos para activar y gestionar la presencia digital de forma directa, eficiente y autónoma.
- Criterio en la externalización: Obtener la visión estratégica necesaria para supervisar, auditar y dirigir servicios contratados a terceros, garantizando que los objetivos de la empresa estén siempre alineados con los resultados obtenidos.

Cursos:

- 1- Cómo diseñar una estrategia de presencia digital efectiva
- 2- Conseguir clientes por internet para un negocio B2B
- 3- Las claves de la visibilidad en Google
- 4- Cómo plantear un eCommerce efectivo
- 5- Cómo plantear un presupuesto anual de marketing digital

Ficha

Duración: 10 h (3 sesiones de 2h)

Precio: 350 € + IVA

Modalidad: online

Fechas: por definir



1- Cómo diseñar una estrategia de presencia digital efectiva

Presentación:

Una presencia digital bien planteada permite a las empresas reforzar su imagen, llegar a nuevos públicos y aprovechar mejor sus recursos de comunicación y marketing. En este curso aprenderás a diseñar una estrategia clara y coherente que integre tu web, redes sociales, SEO, publicidad y email marketing, de forma que todos los canales trabajen con un mismo objetivo. Descubrirás a identificar tus oportunidades de crecimiento y mejora y cómo convertir la presencia online en un apoyo sólido para tus metas empresariales, sea cual sea tu sector o nivel de digitalización

Resumen:

Formación para aprender a definir, estructurar y alinear la presencia digital de la empresa con los objetivos de negocio. Se analiza cómo integrar los diferentes canales (web, redes, SEO, publicidad, email, etc.) en un plan coherente que refuerce la marca y genere resultados sostenibles.

A quién va dirigido:

- Directores generales, gerentes, propietarios de negocio.
- Responsables de marketing y comunicación que necesitan entender la estrategia antes que la táctica.

Temario:

- 1.El rol estratégico de la presencia digital en el negocio.
- 2.Análisis de situación y diagnóstico inicial.
- 3.Definición de objetivos claros y medibles.
- 4.Selección de canales y su papel en la estrategia.
- 5.Diseño de la propuesta de valor online.
- 6.Integración de canales: cómo unificarlos para más impacto.
- 7.Plan de acción a 12 meses.
- 8.Indicadores clave para medir la efectividad.



2- Conseguir clientes por internet para un negocio B2B

Presentación:

Una estrategia digital bien enfocada puede abrir nuevas vías de captación para empresas B2B, permitiéndoles llegar a clientes potenciales más cualificados y establecer relaciones comerciales duraderas. En este curso aprenderás a definir un plan de captación online adaptado a tu modelo de negocio, utilizando canales como LinkedIn, SEO, email marketing y contenidos especializados. Descubrirás cómo identificar a tus públicos clave, generar oportunidades reales y convertir el canal digital en un apoyo estratégico para el crecimiento de tu empresa.

Resumen

En el mundo B2B, el reto no es tener visitas, sino generar oportunidades comerciales reales. Este curso enseña a definir un plan de captación digital que atraiga, califique y convierta prospectos, integrando marketing y ventas.

Target

- Directivos y responsables comerciales de empresas B2B.
- Departamentos de marketing con foco en generación de leads cualificados.

Temario

1. Cómo compra hoy un cliente B2B en el entorno digital.
2. El embudo B2B: fases y objetivos.
3. Estrategias de captación
4. La importancia de una BBDD cualificada
5. Creación de contenidos que generan confianza.
6. Segmentación y cualificación de leads.
7. Marketing automation aplicado al B2B.
8. KPIs críticos para medir el rendimiento.
9. Diseño de una campaña piloto.



3- Las claves de la visibilidad en Google

Presentación:

Un buen posicionamiento en Google permite a las empresas ser visibles en el momento exacto en que sus potenciales clientes buscan productos o servicios como los suyos. En este curso aprenderás a diseñar una estrategia SEO sólida que vaya más allá de los aspectos técnicos, integrando la investigación de palabras clave, la creación de contenidos de valor y la optimización de la autoridad online. Identificarás las áreas de mejora y las acciones prioritarias para que tu visibilidad orgánica se convierta en un recurso estable y alineado con tus objetivos empresariales.

Resumen

Curso para comprender cómo se gana visibilidad orgánica en Google de forma sostenible, sin depender exclusivamente de publicidad de pago. Se abordan los factores estratégicos que marcan la diferencia, desde la investigación de palabras clave hasta la optimización de la experiencia de usuario.

Target

- Responsables de marketing y comunicación.
- Directores que quieren entender el SEO desde la estrategia y no desde la técnica.

Temario

1. Cómo funciona Google y historia y evolución para entenderlo.
2. El papel del SEO en la estrategia global de marketing.
3. Análisis de mercado y palabras clave estratégicas.
4. La clave esté en la web
5. Contenidos que posicionan: tipos, formatos y frecuencia.
6. Autoridad y reputación online.
7. Optimización técnica
8. Integración del SEO con otros canales.
9. KPIs y cuadros de mando para el seguimiento.



4- Cómo plantear un eCommerce efectivo

Presentación

Un ecommerce bien planteado no es solo una tienda online: es un canal de venta capaz de aportar valor sostenido al negocio. En este curso aprenderás a identificar si en tu caso sería bueno activar un ecommerce, a definir la propuesta de valor de tu eCommerce, diseñar una experiencia de usuario que inspire confianza y optimizar el catálogo para favorecer la conversión. También descubrirás cómo integrar el eCommerce con estrategias de marketing digital y cómo medir su rendimiento para convertirlo en un canal sólido y rentable, adaptado a tus objetivos y a tu mercado.

Resumen

Este curso plantea las bases a partir de las cuales construir un proyecto de venta online que tenga futuro. No todo se puede vender online. Aprenderemos a detectar amenazas y oportunidades, y a plantear una estrategia de venta orientada a la visibilidad y a la venta online.

Target

- Directores generales y responsables de eCommerce.
- Responsables de marketing de empresas que quieran vender online.

Temario

1. Identificar si el proyecto es viable
2. Modelos de eCommerce y su encaje estratégico.
3. Cómo definir la propuesta de valor para vender online.
4. Elección de plataforma y estructura de la tienda.
5. Estrategia de catálogo y pricing.
6. Experiencia de usuario y confianza.
7. Canales de tráfico y captación de clientes.
8. Conversión: cómo optimizar cada paso.
9. Retención y fidelización de clientes.
10. KPIs clave para dirigir un eCommerce.



5- Cómo plantear un presupuesto anual de marketing digital

Presentación

Asignar bien los recursos digitales es clave para que cada euro invertido aporte valor real a la empresa. En este curso aprenderás a elaborar un presupuesto de marketing digital que priorice las acciones con mayor impacto en tus objetivos, equilibrando inversión entre captación, fidelización y branding. Verás cómo distribuir el presupuesto entre los diferentes canales y cómo medir el retorno de cada acción, para que la inversión digital sea una herramienta de planificación y control que potencie los resultados globales del negocio.

Resumen

Formación para aprender a estructurar y asignar de forma estratégica el presupuesto digital, optimizando el retorno de la inversión. Incluye metodologías para priorizar canales y calcular el impacto esperado de cada acción.

Target

- Directores generales, gerentes y responsables financieros.
- Responsables de marketing que deban justificar inversiones ante dirección.

Temario

1. El papel del presupuesto en la estrategia digital.
2. Criterios para decidir en qué invertir.
3. Cómo calcular el coste total de cada canal.
4. Asignación por objetivos (captación, retención, branding).
5. Comparativa de modelos de inversión.
6. Estimación de retorno y rentabilidad.
7. Cómo prever y gestionar desviaciones.
8. Presupuesto como herramienta de control y mejora.
9. Caso práctico: creación de un presupuesto anual desde cero.
10. Presentación y defensa del presupuesto ante la dirección



Contacta con nosotros:

- Calle Sant Jordi, 14 - 16 Bajos 3ª - 08757 Corbera de Llobregat, Barcelona
- +34 936 500 541
- +34 722 774 701
- administracion@complementosformacion.com

Horario: De Lunes a Viernes de 10:30 a 13:30h y de 16:00h a 20:00h