

NOMBRE DEL TALLER: E-Commerce, redes sociales y marketing digital como apoyo a un emprendimiento

I. Descripción del taller

Un emprendimiento es cualquier actividad nueva que realice una persona, que tenga como finalidad obtener una ganancia económica o social. Emprender lleva consigo una actitud innovadora; fuerza, ganas y energía para desarrollar una actividad y crecer tanto empresarial como personalmente. Por lo mismo, emprender se ha transformado en un tema recurrente entre las nuevas generaciones, entre los jóvenes de nuestro país y del mundo.

Chile es uno de los países con mayor índice de emprendimiento. Según cifras de la OCDE, somos el país con mayor porcentaje de la población participando en nuevos emprendimientos. Puedes ver la noticia en detalle aquí.



Es probable que entre **tus ideas de futuro** esté precisamente la posibilidad de iniciar un emprendimiento en áreas tan interesantes como la gastronomía, la entretención y el ocio, el turismo, el cuidado personal, la tecnología...en todas ellas hay mucho por hacer!!

Un emprendimiento exitoso debe ser innovador, distinto y a través del marketing ofrecer una propuesta de valor. En los últimos años hemos visto cómo las tecnologías y la revolución digital han tomado un rol preponderante en el marketing y los negocios. Hoy es imposible pensar en un emprendimiento exitoso si no incorporamos por ejemplo una plataforma de **comercio electrónico**, usamos activamente las **redes sociales** y todo ello integrado con otras herramientas digitales aplicadas al marketing moderno.

Este taller te enseñará en forma sencilla y entretenida, **cómo fortalecer tu emprendimiento** utilizando herramientas de Marketing Digital, con énfasis en el comercio electrónico y las redes sociales. Aprenderás en forma práctica cómo utilizar eficientemente esas herramientas. A lo largo de las seis sesiones, cada participante podrá ir aplicando a la actividad de su interés los conceptos aprendidos y en la sesión final, concretar una primera versión de su futuro Plan de Marketing Digital

II. Objetivos

Objetivo General: Enseñar a los participantes los principales conceptos y herramientas de marketing digital, así como una metodología práctica para elaborar un plan de marketing digital para un nuevo emprendimiento.

Objetivos específicos: Al término del taller los participantes serán capaces de

1. Definir claramente su emprendimiento
2. Explicar el proceso de marketing para un emprendimiento
3. Elaborar una estrategia y plan de marketing digital para su emprendimiento identificando las herramientas estratégicas y tácticas

III. Contenidos

III.1 Sesión 1: Definiendo mi emprendimiento

En esta primera sesión los participantes tendrán su primer acercamiento al mundo de los negocios, conociendo los conceptos centrales del marketing moderno, reconociendo el ambiente y el escenario en el que se desarrollan los negocios en la actualidad y definiendo junto con el docente, el emprendimiento que le interesa considerar para efectos de trabajo en el taller:

- ¿En qué mundo vivimos? Las empresas en el mundo actual.
- El marketing moderno
- ¿Qué es emprender?
- Definiendo mi emprendimiento

III.2 Sesión 2: Marketing Tradicional y marketing digital:

Desde un enfoque práctico y aplicado, en esta sesión revisaremos los principales aspectos relacionados con el marketing digital. Distinguiremos conceptualmente, metodológicamente y con ejemplos prácticos y reales los alcances, diferencias y puntos en común entre el marketing tradicional moderno y el marketing digital

III.3. Sesión 3. Fundamentos estratégicos de marketing digital

En esta sesión, revisaremos los elementos más importantes que integran los fundamentos estratégicos del marketing digital. Revisaremos en forma conceptual y con ejemplos prácticos y reales:

- La Estrategia de contenidos y el marketing de contenidos

- El concepto de buyer persona; el Customer Journey o viaje del cliente
- Veremos qué significa la Analítica web

III.4 Sesión 4. Poniendo en Acción el marketing digital en mi emprendimiento:

En esta cuarta sesión trabajaremos con una metodología llamada Inbound marketing, la que nos ayudará a definir qué herramientas digitales podemos y debemos utilizar para lograr nuestros objetivos comerciales. Aprenderemos qué es y cómo se utiliza:

- SEO y SEM (Search engine Optimization y Search engine marketing). Estos conceptos pueden sonar un poco extraños, pero ¡¡ya te darás cuenta que los usas y los ves todos los días!!
- Email marketing
- Marketing móvil

III.5 Sesión 5 Construyendo una plataforma de comercio electrónico

Muchos de los emprendimientos actuales necesitan levantar una plataforma de compra y venta a través de internet. En esta sesión te ayudaremos a entender cómo funciona el comercio electrónico, cuáles son sus claves de éxito, por dónde empezar y cómo trabajar en la implementación de una eficiente plataforma de e-commerce

III.6 Sesión 6 Redes sociales, redes sociales, redes sociales!!

En esta sesión final, nos abocaremos a revisar cómo sacarle el mejor provecho a las redes sociales, considerando que hoy por hoy son las plataformas más utilizadas por las empresas para vincularse con sus públicos objetivos. Aprenderemos a diseñar una campaña de marketing en redes sociales, revisando las principales plataformas, sus ventajas y sus potencialidades.

Cerraremos esta clase y el taller, haciendo una reflexión final sobre cómo podemos integrar todo lo aprendido en las seis sesiones.

IV. Metodología

El taller tiene un carácter eminentemente práctico. Por ello, cada sesión incorpora una parte explicativa de los contenidos por parte del profesor en modalidad de clase expositiva y una parte práctica que consiste en discusión en grupo y presentación de ideas al plenario del curso. En la última sesión, los alumnos reflexionarán y sacarán sus principales conclusiones

y harán las consultas pertinentes respecto del trabajo a presentar como requisito para aprobar el taller. Dicho trabajo no es otra cosa que el resumen que cada alumno hace de lo aprendido en el curso, aplicándolo al emprendimiento definido por él mismo al inicio de la primera sesión

V. Requerimientos

Cada alumno deberá idealmente participar de todas las sesiones definidas al inicio del taller. Aun cuando no es obligatorio, se recomienda leer y revisar los artículos y lectura sugerida que el profesor les indicará oportunamente

VI. Profesor

Alejandro Zagal

Ingeniero Comercial. Master of Business Administration MBA, Escuela de Negocios Universidad Adolfo Ibáñez. Consultor gerencial, especialista en marketing con amplia experiencia y conocimiento en mercados industriales y de servicios. Experiencia directiva y de negocios de más de 35 años, tanto en el área de servicios e intangibles como en el área industrial, ocupando puestos ejecutivos en ambas áreas. Consultor de empresas y emprendedor. Amplia experiencia en la dirección de proyectos de marketing y comunicaciones para importantes empresas de consumo masivo, servicios e industriales.

Profesor de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Diego Portales, en las cátedras de Marketing y Marketing en mercados B2B. Es también profesor de la Universidad UNIACC dictando las cátedras de Estudios de Mercado, Comportamiento del Consumidor y E-Marketing. Profesor de Estrategias de Marketing Digital para los programas de Post Grado de la Universidad.