

Índice del curso: “Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes”

”

# “CURSO: Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes”

---

## ÍNDICE DE CONTENIDOS:

### MES 1

## TEMA 1 Email Marketing

### UNIDAD 1 Listas y Autorrespondedores

**Objetivo:** Una vez finalizado esta primera unidad tendremos los conocimientos necesarios sobre porque es tan necesario tener una lista de prospectos y que es lo que necesitamos para construir nuestra propia lista de prospectos.

- 1.1.1 Introducción.
- 1.1.2 Que es una lista de prospectos.
- 1.1.3 Seis razones para construir una lista.
- 1.1.4 La fórmula para construir una lista de prospectos
- 1.1.5 Tres conceptos clave
- 1.1.6 Página de captura vs página de venta
- 1.1.7 Ejemplos de página de captura efectiva
- 1.1.8 De visitante a prospecto

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

1.1.9 Herramientas necesarias para construir una lista

## UNIDAD2: Email Marketing

**Objetivo:** Una vez finalizada esta unidad tendremos claros todos los conceptos en torno al Email Marketing. Aprenderemos trucos para crear asuntos y email efectivos, así como una fórmula de éxito para aplicar nuestra estrategia de Email Marketing.

1.2.1 Introducción

1.2.2 Email Marketing: Objetivos y Ventajas

1.2.3 Email Marketing: La mentalidad correcta

1.2.4 Email Marketing: filtro

1.2.5 Trucos para crear asuntos de email efectivos

1.2.6 Como crear email efectivos

1.2.7 Fórmula exitosa de email marketing (parte 1)

1.2.8 Fórmula exitosa de email marketing (parte 2)

1.2.9 Como crear el contenido de los email

## TEMA 2: MailChimp

**Objetivo:** En este tema aprenderemos a utilizar una de las herramientas más potentes para la realización de Email Marketing como es MailChimp. Veremos cómo integrarlo con las redes sociales, Creación de encuestas, Aprenderemos a crear y/o importar nuestras listas de contactos, Crear nuestras campañas, Utilizar las plantillas de diseño y el editor para crear unas campañas con estilo, Analizar los informes que la herramienta nos proporciona

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

## UNIDAD 1: Nuevo MailChimp

**Objetivo:** Una vez finalizado esta unidad tendremos una visión de la nueva navegación que nos ofrece MailChimp, así como de dos de los conceptos más importantes que vamos a estudiar en este tema como son: listas de suscriptores y creación de campañas.

2.1.1 Navegación

2.1.2 Manejando suscriptores

2.1.3 Creación de una campaña

## UNIDAD 2. Comenzando con MailChimp

**Objetivo:** Una vez finalizado esta unidad deberemos ser capaces de trabajar con las listas, crear campañas con un estilo profesional gracias a las plantillas, crear formularios de suscripción para captar nuevos suscriptores, conocer que son los autoresponderes, y ver y saber analizar los informes que MailChimp nos aporta.

2.2.1 Crear una lista de suscriptores

2.2.2 Importar suscriptores

2.2.3 Qué son los grupos y como agregarlos a su lista

2.2.4 Crear y enviar una campaña

2.2.5 Ver y enviar a un segmento

2.2.6 Trabajando con plantillas

2.2.7 Trabajando con formularios de suscripción y email de respuesta

2.2.8 Autoresponderes

2.2.9 Trabajando con imágenes y archivos

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

2.2.10 Informes

2.2.11 La creación de una cuenta de MailChimp

### **UNIDAD 3: Integración y opciones avanzadas**

**Objetivo: Una vez finalizado esta unidad seremos capaces de integrar MailChimp con las principales redes sociales, así como crear encuestas que nos permitan conocer las impresiones de nuestros suscriptores.**

2.3.1 Integración con Facebook

2.3.2 Integración con Twitter

2.3.3 Crear una API Key

2.3.4 Añadir un botón de Facebook Like a la campaña

2.3.5 Designar la imagen que acompaña a la campaña en la publicación en facebook

2.3.6 Integración con SurveyMonkey para crear encuestas

### **UNIDAD 4: Informes**

**Objetivo: Al finalizar esta unidad seremos capaces de analizar los informes que MailChimp nos ofrece a partir de nuestras campañas y sabremos exportar y compartir dichos informes.**

2.4.1 Ver enlaces clicados

2.4.2 Estadísticas sociales

2.4.3 Informe de clic y mapa de clic

2.4.4 Exportar y compartir informes

4.4 Exportar y compartir informes

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

## **UNIDAD 5: Plantillas**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad sabremos como guardar nuestras campañas como plantillas para que nos sirvan de modelo para otras campañas.

2.5.1 Guardando campañas como plantillas

## **UNIDAD 6: Archivos y contenido**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad sabremos como insertar contenido especial en el texto de nuestras campañas: Encuestas, índices, Tags, enlaces, vídeos...

2.6.1 Añadir una encuesta a la campaña

2.6.2 Añadir una tabla de contenido

2.6.3 Crear un enlace

2.6.4 Combinar Tags

2.6.5 Crear un enlace para enviar email

2.6.6 Añadir un enlace "Leer Más"

2.6.7 Añadir vídeo a la campaña

## **UNIDAD 7 Campañas**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de añadir a nuestras campañas contenidos especiales, post del nuestro blog, rss, también podremos personalizar y traducir el footer de las misma y manejar la etiqueta de desuscribirse de la lista. Además podremos personalizar el campo TO para dar mayor confianza y seremos capaces de

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

enviar nuestras campañas desde nuestro gestor de correo, así como duplicar nuestras campañas.

- 2.7.1 Añadir un blog a una campaña regular
- 2.7.2 Traducir el contenido del footer de la campaña
- 2.7.3 Añadir Feed RSS múltiples y simples a la campaña
- 2.7.4 Etiqueta para desuscribirse de la lista
- 2.7.5 Duplicar una campaña
- 2.7.6 Crear campaña RSS
- 2.7.7 Personalizar el campo TO
- 2.7.8 Campaign Archive Bar
- 2.7.9 Email Beamer

## UNIDAD 8: Listas y Grupos

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad sabremos como trabajar con las listas de suscriptores: creación de grupos, importación de listas, errores de importación, exportar listas, añadir suscriptores de forma manual...

- 2.8.1 Establecer el valor predeterminado de la combinación
- 2.8.2 Errores de sintaxis en la importación de la lista
- 2.8.3 Mover suscriptores existentes dentro de grupos
- 2.8.4 Añadir suscripciones manualmente

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

2.8.5 Exportar una lista

2.8.6 Designar grupos antes de importar

## **UNIDAD 9: Información de la cuenta**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad sabremos como crear una cuenta en MailChimp y exportar los datos de dicha cuenta.

2.9.1 Crear una cuenta sin sitio web

2.9.2 Exportar datos de una cuenta

2.9.3 Creación de una cuenta de MailChimp

## **TEMA 3 GetResponse**

**Objetivo:** En esta unidad aprenderemos a utilizar una de las herramientas más potentes para la realización de Email Marketing como es GetResponse. Veremos como añadir contactos, enviar newsletters y hacer un seguimiento. Creación de formularios web. Creación de campañas. Exportar y segmentar contactos. Hacer Email Marketing efectivo. Mensajes, elementos multimedia. Manejar las estadísticas. Crear Landing Page. Como integrarlo con Prestashop. Crear aplicaciones para integrarlo con iPhone y Android.

### **UNIDAD 1: Comenzando a trabajar con GetResponse**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad sabremos como añadir contactos a nuestras campañas, crear newsletters y hacer un seguimiento. Además reconoceremos los diferentes menús y opciones que aparecen en nuestra cuenta de GetResponse.

3.1.1 Añadir contactos

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

3.1.2 Seguimiento

3.1.3 Newsletters

3.1.4 Tour por nuestra cuenta

## **UNIDAD 2: Formularios Web**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de crear nuestros propios formularios de captura de datos desde GetResponse.

3.2.1 Crear formularios

## **UNIDAD 3: Campañas**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de crear nuestras campañas en GetResponse.

3.3.1 Crear Campañas

## **UNIDAD 4: Tu cuenta**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de segmentar nuestros contactos para aumentar la eficacia de nuestras campañas y de exportar nuestra lista o listas de contactos.

3.4.1 Exportar contactos

3.4.2 Segmentar contactos

## **UNIDAD 5: Email Marketing Efectivo**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de personalizar el campo FROM, esto nos va a permitir que cada uno de nuestros envíos vaya personalizado con una dirección de email que nosotros establezcamos en función de la campaña lanzada.

3.5.1 Cambiar el campo "FROM"



Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

## **UNIDAD 6: Mensaje**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces crear y reutilizar autorespuestas, newsletters y plantillas, así como de previsualizarlos con la herramienta Inbox Preview.

- 3.6.1 Crear autorespuestas
- 3.6.2 Crear Newsletters
- 3.6.3 Crear Plantillas
- 3.6.4 Previsualizar los mensajes - Inbox Preview
- 3.6.5 Reutilizar mensajes

## **UNIDAD 7: Multimedia**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de gestionar el estudio multimedia que GetResponse pone a nuestra disposición, así como de subir nuestras propias imágenes a este estudio multimedia y que luego puedan ser introducidas en nuestras plantillas para la creación de mensajes, newsletter, etc.

- 3.7.1 Estudio Multimedia

## **UNIDAD 8 : Estadísticas.**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de analizar las estadísticas que GetResponse pone a nuestra disposición a través de los datos y de los gráficos que nos ofrece, así como de crear nuestras propias encuestas.

- 3.8.1 Estadísticas
- 3.8.2 Crear Encuestas

## **UNIDAD 9: Integración.**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de integrar nuestra cuenta de GetResponse con nuestra tienda PrestaShop de manera que los clientes que se registren

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

”

en ella pasen a formar parte de nuestra lista de contacto de GetResponse. Además sabremos utilizar las aplicaciones de GetResponse tanto para iPhone como para Android que nos van a permitir tener un control absoluto de nuestras listas y de nuestras campañas.

3.9.1 Integración de GetResponse con Prestashop

3.9.2 Aplicación de GetResponse para iPhone y Android

#### **UNIDAD 10: Creador de Landing Page.**

**Objetivo:** Al finalizar esta unidad seremos capaces de crear de una forma muy sencilla una Landingpage o página de conversión ayudándonos de las plantillas que GetResponse pone a nuestra disposición.

3.10.1 Crear Landing page

## **TEMA 4 Email Marketing integrado en WordPress, Prestashop y Facebook**

**Objetivo:** Aprenderemos el método que nos permite insertar el capturador de datos de nuestro potencial cliente, en nuestras webs realizadas con WordPress y/o con Prestashop

#### **UNIDAD 1: Integración con Prestashop**

El objetivo de esta unidad es aprender a utilizar estos 3 módulos, los cuales nos van a facilitar la tarea de realizar Email Marketing, ya sea estableciendo una sincronización con nuestra cuenta de MailChimp, permitiéndonos insertar código HTML en cualquier parte de nuestra tienda PrestaShop o ayudándonos en la tarea de captura de datos de posibles clientes.

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

4.1.1 Sincronización de listas en MailChimp desde Prestashop

4.1.2 HTML BOX PRO

4.1.3 Popin Newsletter

## **UNIDAD 2: Integración con WordPress.**

**Al finalizar esta unidad seremos capaces de de introducir formularios de captura de información en cualquier parte de nuestra web, así como hacer que dicho formulario salte como una ventana emergente al cargarse un determinado contenido de nuestro sitio web. Además podremos realizar páginas de captura o squeeze page. Todo esto acompañado de unos estadísticas de conversiones que nos permitirán estudiar varias variaciones de un mismo formulario para poder mejorar y así conseguir un mayor número de suscriptores.**

4.2.1 Plugin HybridConnect: Introducción

4.2.2 Subida e instalación del Plugins

4.2.3 Guía para empezar

4.2.4 Conectar con la lista del autorrespondedor: Mailing List

4.2.5 Introducir un formulario de captura en cualquier parte de mi sitio web

4.2.6 Introducir un formulario de captura con un widget: Widget Desing

4.2.7 Formulario de captura emergente: Lightbox desing

4.2.8 Crear una página de captura o Squeeze page

4.2.9 Crear una aplicación Facebook y conectar con Hybrid connect

4.2.10 Estadísitcas

Índice del curso: “Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes”

”

### **UNIDAD 3: Integración con WordPress: Funnel Kit**

- 4.3.1 Qué es y para que se utiliza
- 4.3.2 Fondo de página
- 4.3.3 Contenedor principal
- 4.3.4 Formulario de suscripción
- 4.3.5 Contenido
- 4.3.6 Llamadas a la acción
- 4.3.7 Títulos, mensaje de salida y trackin code
- 4.3.8 Otras Opciones

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

## Mes 2 Primera quincena

### Plan de Acción: SEO para WordPress

#### Módulo 1. Introducción SEO

#### Módulo 2: 11 puntos de la Comprobación de Salud del SEO

- 2.1. Cómo usar esta sección
- 2.2. Comprobar mediante Herramientas de Google para Webmaster
- 2.3. Comprobar mediante Google Analytics
- 2.4. Comprobar mediante Google Index
- 2.5. Comprobar tus backlinks
- 2.6. Comprobar tu robot.txt
- 2.7. Comprobar tu plugin SEO
- 2.8. Comprobar dos ajustes dentro de WordPress
- 2.9. Comprobar tus enlaces permanentes
- 2.10. Comprobar tu plugin para compartir en Redes Sociales
- 2.11. Comprobar la velocidad de carga de la página
- 2.12. Comprobar tu plantilla o tema

#### Módulo 3: Haz tu plan SEO

- 3.1. Cómo usar esta sección
- 3.2. Construir una estructura SILO para estrategia SEO

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

- 3.3. Entender los hubs de contenido
- 3.4. Entender la estrategia Long Tail SEO
- 3.5. Fase 1: Investigación de palabras claves
- 3.6. Fase 2: Investigación de palabras clave
- 3.7. SEMrush

#### **Módulo 4: Implementa el SEO en tu sitio WordPress**

- 4.1. Cómo usar esta sección
- 4.2. Optimiza la Página de Inicio
- 4.3. Aprende los 5 factores de SEO de una página
- 4.4. Crear páginas de archivo optimizadas
- 4.5. Páginas y post con enlaces cruzados
- 4.6. Una nota final

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

## Mes 2 Segunda quincena

### Plan de Acción: Cómo crear tu primer "Imán" o "Regalo" para aumentar tus conversiones

#### 1. Introducción

Antes de empezar

Comprender que es el OVC

Comprender como encaja el regalo o imán con la OVC

Comprender el concepto de regalo o imán

#### 2. Crear tu regalo o imán

Cómo trabajar en este módulo

Elige un segmento de mercado

Hacer una promesa

Título del imán

Elegir el tipo de imán

Tipo de imán: Informe / PDF / Guía

Tipo de imán: Truco / Folleto / Mapas mentales

Tipo de imán: Herramientas / Lista de recursos

Tipo de imán: Videotutorial

Tipo de imán: Descarga de software / Versión Demo

## Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

Tipo de imán: Descuento o Gastos de envío gratis

Tipo de imán: Cuestionario / Encuesta

Tipo de imán: Evaluación / Prueba

Tipo de imán: Catálogos

Elige tu tipo de imán o regalo y créalo

### 3. Completa el Checklist sobre tu imán

Cómo usar esta sección

¿Es ultra específico?

¿Es una gran cosa?

¿Hablas de cómo conseguir un resultado final esperado?

¿Ofreces una inmediata gratificación?

¿Estás cambiando la relación con tus lectores?

¿Tiene un alto valor percibido?

¿Tiene un alto valor actual?

¿Permite ser consumido rápidamente?

### 4. Entregar el imán

Establecer un servicio de email

5 lugares donde colocar un formulario Opt-in

Crear Landing Page

El punto final – Tener en mente siempre el esquema principal de OVC



Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

## Mes 3 Primera semana

### Repasando y perfeccionando: Crear las páginas de tu túnel de ventas con FunnelKit

Introducción: Qué es y para que se utiliza

Paso 1: Fondo de página

Paso 2: Contenedor principal

Paso 3: Formulario de suscripción

Paso 4: Contenido

Paso 5: Llamadas a la acción

Paso 6: Título, mensaje de salida y tracking code

FunnelKit: Otras opciones

Índice del curso: “Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes”

”

## Mes 3 segunda semana

### **Estrategia REAL de Email Marketing con MailChimp**

Introducción

Autorespondedor MailChimp

Creación de una cuenta

Crear una lista de suscriptores

Importar suscriptores

Exportar suscriptores

Crear y enviar una campaña

Trabajando con plantillas

Trabajando con formularios de suscripción y email de respuesta

Automatización

Estrategia Real

Estrategia REAL con Email Marketing

## Mes 3 tercera y cuarta semana

### **Herramientas para Webmaster de Google**

Introducción a WebMaster Tools

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

Alta y verificación en Webmaster Tools

El Panel del Sitio (Dashboard)

Parámetros del sitio

OPCIONES

Aspecto de la Búsqueda

Tráfico de Búsqueda

ÍNDICE DE GOOGLE

Índice de Google

Rastreo

## **Mes 4 primera y segunda semana**

### **Guía de Anuncios In-Stream en YouTube**

*El objetivo es aprender a crear vídeos, editar vídeos y aprovechar este contenido en las redes sociales. Aprenderemos una estrategia que debéis probar, da buenos resultados y es muy económica, esta es: anuncios de tipo In-Stream, en YouTube y llevarlos a las páginas oportunas que nos ayuden a aumentar nuestra cartera de clientes.*

#### **1.- Introducción**

¿Por qué YouTube?

Tipos de anuncios en YouTube

Ejemplos de anuncios In-Stream

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

## 2.- Preparativos

Crear una cuenta de Google

Configurar la cuenta de AdWords y Enlazar YouTube con la cuenta de Google AdWords

Las Landing Page según "Google Compliant"

Crear o editar una Landing o "Squeeze" Page

Añadir un "pixel de conversión" en la página de gracias

## 3.- Crear el Vídeo

Rellenar el checklist del anuncio de YouTube

Elegir un tipo de vídeo

Editando un vídeo usando Windows Movie Maker y Camtasia

Crear vídeos de anuncios animados

Subir el vídeo a YouTube

## 4.- Crea la Campaña

Entender los tipos de segmentación para las campañas

Truco: Poner tu anuncio en vídeos de la competencia

Crear tu primera campaña y grupo de segmentación

Crear más grupos de objetivos o segmentación

Crear una campaña de Remarketing

Índice del curso: "Email Marketing. La técnica que convierte tus visitantes en clientes"

»

## Mes 4 tercera y cuarta semana

Es el momento de medir y comenzar a sacar conclusiones, revisar el plan de marketing, e ir haciendo nuestras anotaciones sobre lo conseguido y las propuestas de mejora.

También es la quincena, en la que comienzas a atraer tráfico desde las redes sociales, hemos empezado el mes con YouTube, ahora lo ideal es potenciar otra red social más.

Tienes acceso a todos estos planes de acción, pero la recomendación de la quincena es elegir una red social y dominarla.

**Plan de Acción: Marketing con Facebook**

**Plan de Acción: Marketing con Twitter**

**Plan de Acción: Marketing con Pinterest**

**Plan de Acción: Marketing con LinkedIn**