

Curso

Influencer Marketing:

descubre todos los secretos del marketing de influencers

Modalidad presencial (bajo el modelo de Presencialidad Asistida por Tecnología PAT)

PRESENTACIÓN

El marketing de influencia utiliza el poder de difusión y el engagement que tienen las personas reconocidas en redes sociales sobre sus comunidades, para recomendar y/o evidenciar la experiencia que ellos tienen sobre una marca, ya sea a través de un producto o servicio, con la intención de influenciar una conversión o una compra.

El Taller de Influencer Marketing es un programa dictado por un especialista sobre el tema, que busca brindar las herramientas necesarias para que los actores implicados en el proceso, tanto el influenciador como la marca, logren generar estrategias que los beneficien ambos, a través de objetivos claros; en este curso aprenderás a crear y gestionar estrategias de influenciadores para lograr viralidad y atención hacia una marca.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

GENERAL

Desarrollar un pensamiento estratégico para la implementación de estrategias de marketing de influencia.

ESPECÍFICOS

- Comprender la importancia del marketing de influencia para alcanzar objetivos comerciales y publicitarios de una marca (producto o servicio).
- Desarrollar contenido relevante, no intrusivo, y que sirva para dar a conocer una marca de forma natural.
- Crear y gestionar estrategias de influenciadores para marcas, trazando objetivos claros y llevando el control de los resultados.
- Entender cómo cobrar como influencer y cómo pagarle a un influencer haciendo un análisis de sus perfiles.

PERFIL DEL INTERESADO

Perfil 1: marcas que estén interesadas en reforzar sus estrategias de comunicación a través de la contratación de reconocidas figuras públicas y que sirvan como embajadores de marca.

Perfil 2: personas que quieran crear o ya tengan una comunidad sólida, y que deseen contratar con marcas para publicitar sus productos a través de la influencia que tienen con su comunidad.

METODOLOGÍA

La metodología del seminario será teórico práctico, es decir que se desarrollará todo el contenido con ejemplos prácticos para asimilar mejor la información y al final del curso, el estudiante realizará un proyecto donde aplicará todos los conceptos vistos en el seminario.

Módulo

Contenido

Intensidad

1

CONTEXTO (DE INFLUENCERS A EMBAJADORES DE MARCA).

- ¿Qué es influencer marketing?
- ¿Por qué trabajar con influencers?
- Tipos de influencers.
- Casos de éxito.

2 horas

2

ESTRATEGIAS INFLUENCER MARKETING.

- Estrategia creativa.
- Acciones tácticas digitales.
- Casos de éxito.

1 hora

3

ECOSISTEMA DE COMUNICACIÓN Y CONVERSACIÓN.

Redes sociales.

1 hora

4

CREACIÓN CONTENIDOS.

- ¿Qué es el content marketing y cuál ha sido su evolución?
- ¿Cuáles son las características del content marketing exitoso?
- ¿Cómo podemos diseñar una estrategia de content marketing?
- ¿Cuáles son los principales formatos y cuándo usarlos?

2 horas

5

MONETIZACIÓN.

¿Cuánto cobrar y por qué?

1 hora

6

PRESENTACIÓN ESTRATEGIA DE CONTENIDOS.

Proyecto final con entregable.

1 hora

EQUIPO DOCENTE

Expertos en esta área del conocimiento



RODOLFO VELÁSQUEZ GARCÍA COORDINADOR ACADÉMICO

Emprendedor líder de eventos académicos y culturales. Profesional en Publicidad de la Universidad Central y egresado de la Universidad Nacional. Ahora Director de Comunicaciones de MDA Latam, la academia de capacitación en marketing digital más grande de Colombia; Cofundador de Copublicitarias, la comunidad de publicistas que conecta la industria con la academia publicitaria; y CLIC, el Congreso de Creatividad, Innovación y Emprendimiento.

Experiencia en grandes agencias de publicidad como Leo Burnett, Tribal DDB, Precise / Lowe SSP3, Ariadna, Sancho BBDO y DDB Colombia; en cuentas como Davivienda, Alpina, Carrefour, Cerveza Poker, Club Colombia, Costeña, McDonald's, Team, Corona, Tecnoquímicas, Seguros Bolívar, entre otras; el enfoque principalmente digital y de innovación.



ÓSCAR EDUARDO BEJARANO CABRERA DOCENTE

Diseñador Gráfico profesional de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y Director Digital. Con más de 19 años de experiencia como creativo y estratega en importantes agencias de publicidad desarrollando campañas online y offline. Ha trabajado para clientes como: Postobón, Sony Mobile, Terpel, Casa Luker, Crem Helado, Los Coches, Volkswagen, Ford, Diageo, Unilever, Coors Light, G-Shock, IQOS, SAP, entre otros. Con varios premios nacionales e internacionales, entre ellos: Lápiz de Acero, FIAP, FIPS, Ojo de Iberoamérica, EFFIE, NY Festival, CLAP, FICE, PremiosSM, Caribe, FOMLA, VENTURES y BBVA Momentum.

Jugador de paintball, fiel creyente de que "crear es crear", del trabajo en equipo y de las nuevas oportunidades. Docente de pregrado, posgrado y maestría en el área digital, integrante del CoPla: Colegio de jurados de los premios Lápiz de Acero, jurado de los premios Social Media 2013, 2014, columnista invitado para la revista Marketing News, conferencista en el IV Seminario Propiedad Intelectual ACPI 2016, conferencista en Marketing XL 2016, Co-Fundador de la Fundación Fruto Bendito y orgulloso papá de Gabriel.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

Uso de la plataforma Webex. Todos los docentes y estudiantes deberán tener un buen acceso a internet, sonido y cámara para poder facilitar las sesiones.

CERTIFICADOS

La Universidad Ean expide un certificado por participación a quienes asistan al 80% de las sesiones programadas. Los certificados se generan y entregan el día de cierre del programa únicamente a aquellos participantes que hayan cumplido con el mínimo requerido en la presente propuesta en la sesión inmediatamente anterior a la finalización.

DURACIÓN

8 horas