

CURSO:

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL MULTICANAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

OBJETIVOS DEL CURSO

Objetivo general

Que el participante comprenda el marketing digital multicanal como disciplina estratégica, desarrolle criterio para diseñar ecosistemas digitales integrados y construya una estrategia multicanal completa y aplicable a su marca, negocio o proyecto.

Objetivos específicos

- Comprender el marketing como disciplina estratégica y su evolución hacia el entorno digital.
- Entender el comportamiento del nuevo consumidor digital y el impacto del ZMOT en la decisión de compra.
- Identificar el rol estratégico de cada canal digital dentro del customer journey.
- Distinguir entre operar canales de forma aislada e integrarlos en un ecosistema coherente.
- Aplicar inteligencia artificial como herramienta de diagnóstico, creación de contenido y automatización.
- Adaptar contenido a la lógica y lenguaje de cada plataforma digital.
- Construir una estrategia multicanal completa: audiencia, canales, contenido, flujos y métricas.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

Profesionales de marketing, community managers, responsables de comunicación digital y dueños de negocio que ya cuentan con presencia en canales digitales, pero carecen de una estrategia integrada. Personas que operan sus canales de forma aislada, replican contenido entre plataformas sin adaptarlo y buscan pasar de la ejecución táctica a la dirección estratégica de su ecosistema digital. No se requiere experiencia técnica avanzada.

CURSO:

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL MULTICANAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

CARGA HORARIA

9 horas reloj.

METODOLOGÍA

Taller teórico-práctico con enfoque participativo. Cada sesión combina marcos conceptuales, casos reales del mercado local e internacional, ejercicios aplicados y análisis grupal. El hilo conductor del curso es la construcción progresiva de una estrategia multicanal real, que cada participante desarrolla para su propia marca o negocio a lo largo de las tres sesiones.

Medios utilizados

- Presentación en PowerPoint
- Actividades guiadas y dinámicas grupales
- Casos reales de marketing digital multicanal local e internacional
- Herramientas de inteligencia artificial aplicadas en tiempo real
- Plantillas descargables: auditoría digital, mapa de canales, estrategia multicanal, KPIs
- Ejercicios de diagnóstico, adaptación de contenido y construcción de estrategia en clase

CERTIFICACIÓN

En respuesta a la era de la Transformación Digital, integramos las credenciales digitales con tecnología Blockchain en el reconocimiento de logros adquiridos por los participantes de nuestras capacitaciones de Educación Continua, destacándonos como pioneros en Bolivia.

Este curso ofrece un certificado digital de asistencia con tecnología Blockchain, que reconoce las habilidades y conocimientos adquiridos; para obtenerlo, es necesario completar el curso cumpliendo con el requisito de una asistencia mínima del 80%.

CURSO:

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL MULTICANAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

Además, los participantes que elijan la modalidad online (si el curso aplica), deben tomar en cuenta solo se considerará asistencia si se encuentran en la clase con la cámara prendida.

Este tiene las siguientes características:

- **Metadatos Integrados:** Cada credencial digital contiene datos que describen la información clave de la certificación, incluidos los criterios de otorgamiento.
- **Tecnología Blockchain:** Esta tecnología proporciona un registro inmutable y seguro de cada credencial emitida, lo que impide su falsificación o alteración.
- **Verificación en tiempo real:** Puede ser verificada en tiempo real a través de un enlace web o un código QR.
- **Socialización:** El titular puede compartir sus credenciales directamente en plataformas profesionales como LinkedIn, en redes sociales o incluirlas en sus firmas de correo electrónico.

CONTENIDO

Bloque 1 — El Marketing y el Nuevo Consumidor (3 h)

Entendiendo el marketing de verdad

- El marketing como disciplina estratégica: crear, comunicar y entregar valor
- Marketing vs. publicidad vs. ventas: diferencias que importan
- Por qué la mayoría de las empresas hace tácticas sin estrategia

Del marketing tradicional al digital: qué cambió realmente

- La evolución del marketing: del 1.0 al 5.0
- Qué trajo el digital que el tradicional no podía hacer
- El nuevo rol del contenido, los datos y la personalización

El nuevo consumidor: cómo cambió su comportamiento y por qué

- El consumidor hiperconectado: cómo decide, busca y compra hoy

CURSO:

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL MULTICANAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

- El customer journey real vs. el funnel clásico
- ZMOT: el momento cero de la verdad y su impacto en la decisión de compra
- Micro-momentos: cuándo y cómo el consumidor interactúa con las marcas

El ecosistema digital multicanal

- Qué es el marketing digital multicanal y qué no es
- Multicanalidad vs. integración: la diferencia que cambia todo
- Por qué operar canales en silos destruye la estrategia
- Visión general del stack de canales: Meta, TikTok, WhatsApp Business API, Web, Google Business/Maps, CRM

Ejercicio práctico: Mapeo del customer journey real de su marca o negocio — desde el primer contacto hasta la conversión — identificando en qué canales aparece el consumidor y dónde hay vacíos o desconexiones.

Bloque 2 — Canales, IA y Contenido Adaptado (3 h)

El rol estratégico de cada canal

- Meta (Instagram/Facebook): comunidad, awareness y conversión
- TikTok: alcance orgánico, entretenimiento y cultura de marca
- WhatsApp Business API: relación, nurturing y cierre
- Web: hub central de la presencia digital
- Google Business/Maps: presencia local y momento de búsqueda
- CRM: gestión de la relación y datos del cliente
- Cómo cada canal cumple un rol distinto en el customer journey

IA aplicada al marketing: qué es y qué puede hacer hoy

- Qué es la IA y por qué cambió las reglas del marketing
- Casos de uso reales: estrategia, contenido, automatización y análisis

CURSO:

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL MULTICANAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Herramientas de IA disponibles hoy para equipos de marketing
- Cómo usar IA para diagnosticar tu ecosistema digital
- Auditoría de presencia digital asistida por IA: metodología práctica

Contenido adaptado por canal

- Por qué el mismo contenido en todos los canales mata la estrategia
- La lógica de cada plataforma: formato, lenguaje, frecuencia y objetivo
- Cómo transformar una idea en piezas distintas para cada canal
- IA para creación y adaptación de contenido: prompts, flujos y herramientas
- Contenido orgánico vs. pauta: cuándo y en qué canal invertir

Ejercicio práctico: Tomar una sola idea de contenido y desarrollarla en piezas adaptadas para 3 canales distintos — aplicando la lógica de cada plataforma y usando IA como herramienta de producción.

Bloque 3 — Cómo Construir una Estrategia Multicanal (3 h)

Qué es una estrategia multicanal y por qué la mayoría no tiene una

- Diferencia entre tener canales y tener una estrategia
- Los errores más comunes: improvisar, copiar y pegar, medir lo que no importa
- Estructura de una estrategia multicanal: los componentes esenciales

Construcción de la estrategia multicanal

- Definición de audiencia: quién es, qué busca, dónde está
- Selección y rol de canales en el customer journey
- Planificación de contenido adaptado por canal
- Flujos de integración: cómo un canal lleva al siguiente
- KPIs: qué medir y cómo saber si funciona
- IA como asistente en la construcción de la estrategia

CURSO:

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL MULTICANAL



GESTIÓN EMPRESARIAL

Ejercicio práctico / Entregable final: Cada participante construye su estrategia multicanal completa — audiencia, stack de canales con roles definidos, contenido adaptado por plataforma, flujos de integración y KPIs — y la presenta al grupo para feedback.

INSTRUCTOR

Edmundo Rodríguez

Estratega senior de marketing con más de 15 años de experiencia en campañas digitales, creatividad y desarrollo de contenido en América Latina y Estados Unidos.

Es socio y director de SWIITCH, agencia especializada en estrategia, branding y marketing digital. A lo largo de su trayectoria ha asesorado a marcas multinacionales, medios de comunicación, emprendimientos y proyectos educativos, desarrollando estrategias orientadas a resultados, creatividad e innovación.

Asimismo, ha impartido talleres y programas de capacitación para universidades, cámaras de comercio y empresas líderes de diversos sectores, consolidando una destacada experiencia en formación y consultoría en marketing estratégico y transformación digital.