



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING: FLUJOS DE TRABAJO Y CAPTACIÓN PROGRESIVA DE CLIENTES



FORMACIÓN PERMANENTE



WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el **Curso de Automatización del Marketing: Flujos de Trabajo y Captación Progresiva de Clientes** de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que desean dominar las estrategias y herramientas que están transformando la captación y gestión de clientes en el entorno digital actual.

A lo largo del temario abordarás desde los fundamentos estratégicos de la automatización y el análisis de plataformas como HubSpot o ActiveCampaign, hasta el diseño de flujos de trabajo avanzados, la segmentación de audiencias, el lead scoring y la comunicación multicanal. También profundizarás en la creación de contenidos para embudos de conversión, la analítica de rendimiento, la inteligencia artificial aplicada al marketing y el marco legal vigente en materia de privacidad y protección de datos.

Al finalizar, contarás con las competencias necesarias para implementar sistemas de automatización eficaces, optimizar la captación progresiva de leads y mejorar significativamente los resultados comerciales de cualquier organización, potenciando así tu perfil profesional en un sector en constante evolución.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos estratégicos de la automatización del marketing, identificando sus modelos y ventajas competitivas.
- ✓ Analizar el ecosistema tecnológico disponible, comparando plataformas según funcionalidades, integraciones y escalabilidad.
- ✓ Dominar la gestión estratégica de datos y segmentación, aplicando técnicas de progressive profiling.
- ✓ Diseñar flujos de trabajo automatizados, definiendo disparadores, condiciones y ramificaciones operativas.
- ✓ Desarrollar estrategias de captación progresiva y lead scoring, estructurando embudos de conversión eficaces.
- ✓ Elaborar contenidos y comunicaciones automatizadas multicanal, aplicando personalización dinámica y copywriting persuasivo.
- ✓ Medir el rendimiento de los flujos automatizados, optimizando resultados mediante analítica y experimentación.
- ✓ Conocer el marco legal y las tendencias emergentes, incorporando inteligencia artificial y criterios éticos.



1: FUNDAMENTOS CONCEPTUALES Y ESTRATÉGICOS DE LA AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

- 1.1. Definición, alcance y evolución histórica de la automatización del marketing
- 1.2. El papel de la automatización en la estrategia de marketing digital contemporánea
- 1.3. Modelos estratégicos de automatización: inbound marketing, account-based marketing y marketing relacional
- 1.4. El ciclo de vida del cliente como eje vertebrador de la estrategia de automatización
- 1.5. Principales retos y barreras en la implantación de sistemas de automatización del marketing
- 1.6. Definición de objetivos, indicadores clave de rendimiento y alineación estratégica del proyecto de automatización

2: ECOSISTEMA TECNOLÓGICO: PLATAFORMAS Y HERRAMIENTAS DE AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

- 2.1. Panorama general de las plataformas de automatización del marketing
- 2.2. Análisis comparativo de las principales plataformas del mercado
- 2.3. Integración de la plataforma de automatización con el stack tecnológico de marketing
- 2.4. Configuración inicial del entorno de trabajo: cuentas, dominios, verificación y autenticación
- 2.5. Gestión de usuarios, roles y permisos dentro de la plataforma de automatización
- 2.6. Buenas prácticas en la implantación y mantenimiento técnico de la plataforma



3: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE DATOS, SEGMENTACIÓN AVANZADA Y CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS

- 3.1. El dato como activo estratégico fundamental en la automatización del marketing
- 3.2. Modelado y estructuración de bases de datos orientadas a la automatización
- 3.3. Técnicas de segmentación avanzada para la personalización de flujos de trabajo
- 3.4. Captación progresiva de datos: el concepto y la metodología del progressive profiling
- 3.5. Gestión del consentimiento y aseguramiento de la calidad del dato en contextos automatizados
- 3.6. Sincronización bidireccional de datos entre plataformas y mantenimiento de la base de datos unificada

4: DISEÑO Y ARQUITECTURA DE FLUJOS DE TRABAJO AUTOMATIZADOS

- 4.1. Conceptos fundamentales del flujo de trabajo en automatización del marketing
- 4.2. Metodología de diseño de flujos de trabajo: del objetivo estratégico al diagrama operativo
- 4.3. Elementos operativos de los flujos: disparadores, condiciones, acciones y ramificaciones
- 4.4. Flujos de trabajo específicos para las distintas etapas del embudo de captación
- 4.5. Temporización, cadencia y frecuencia óptima en los flujos de trabajo automatizados
- 4.6. Gestión de la coexistencia de múltiples flujos: prioridades, exclusiones y reglas de solapamiento
- 4.7. Pruebas, depuración y validación integral de flujos de trabajo antes del lanzamiento



5: ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN PROGRESIVA DE LEADS Y DISEÑO DEL EMBUDO DE CONVERSIÓN AUTOMATIZADO

- 5.1. Fundamentos de la captación progresiva y su relación con el marketing de atracción
- 5.2. Estrategias de generación de leads en la fase de atracción y primer contacto
- 5.3. Estrategias de maduración de leads en la fase de consideración
- 5.4. Estrategias de conversión y cierre automatizado en la fase de decisión
- 5.5. Modelos de atribución y análisis del recorrido completo de conversión del lead
- 5.6. Estrategias de retención y ampliación del valor del cliente tras la conversión inicial

6: LEAD SCORING, CUALIFICACIÓN AUTOMATIZADA Y ALINEACIÓN ENTRE MARKETING Y VENTAS

- 6.1. Fundamentos del lead scoring como mecanismo de priorización comercial
- 6.2. Diseño e implementación de modelos de lead scoring en la plataforma de automatización
- 6.3. Lead scoring predictivo basado en inteligencia artificial y aprendizaje automático
- 6.4. Alineación estratégica y operativa entre los departamentos de marketing y ventas
- 6.5. Retroalimentación del equipo de ventas y ajuste continuo del modelo de scoring
- 6.6. Gestión del ciclo de recualificación y reciclaje de leads no convertidos en primera instancia



7: EMAIL MARKETING AUTOMATIZADO Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN MULTICANAL

- 7.1. El email marketing como canal vertebral de la estrategia de automatización
- 7.2. Diseño y redacción de emails automatizados orientados a la conversión
- 7.3. Construcción de secuencias de email automatizadas para cada etapa del embudo
- 7.4. Automatización multicanal: integración de SMS, notificaciones push, chatbots y redes sociales
- 7.5. Testing y optimización de campañas de email automatizadas
- 7.6. Gestión de listas, higiene de la base de datos y prevención de la fatiga comunicativa

8: CREACIÓN DE CONTENIDOS Y ACTIVOS DIGITALES PARA FLUJOS DE CAPTACIÓN AUTOMATIZADOS

- 8.1. El papel estratégico del contenido en los flujos de automatización del marketing
- 8.2. Diseño y producción de lead magnets con alto valor percibido por la audiencia
- 8.3. Creación de landing pages y páginas de captación optimizadas para la conversión
- 8.4. Desarrollo de contenidos específicos para secuencias de email y comunicaciones automatizadas
- 8.5. Personalización avanzada y contenido dinámico en los activos digitales del flujo
- 8.6. Reutilización, escalabilidad y mantenimiento actualizado de los contenidos dentro de los flujos automatizados



9: ANALÍTICA, MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO Y OPTIMIZACIÓN CONTINUA DE FLUJOS AUTOMATIZADOS

- 9.1. Definición de un marco integral de medición para la automatización del marketing
- 9.2. Análisis del rendimiento operativo y comercial de los flujos de trabajo automatizados
- 9.3. Técnicas de optimización basadas en datos y experimentación sistemática
- 9.4. Cálculo del retorno de la inversión de los programas de automatización del marketing
- 9.5. Reporting estratégico y comunicación efectiva de resultados a las partes interesadas
- 9.6. Implementación de una cultura de mejora continua y evolución iterativa de los flujos de trabajo

10: INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y TENDENCIAS EMERGENTES EN LA AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

- 10.1. Impacto de la inteligencia artificial en la evolución de la automatización del marketing
- 10.2. Chatbots y asistentes conversacionales como herramientas de captación y cualificación automatizada
- 10.3. Hiperpersonalización y experiencias adaptativas en tiempo real
- 10.4. Automatización del marketing en entornos omnicanal y customer data platforms
- 10.5. Tendencias emergentes: marketing sin cookies de terceros, privacidad por diseño y estrategias de first-party data
- 10.6. Prospectiva profesional y preparación ante la evolución continua del sector



11: MARCO LEGAL, PRIVACIDAD DE DATOS Y ÉTICA EN LA AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

- 11.1. Marco normativo aplicable a la automatización del marketing y las comunicaciones digitales
- 11.2. Gestión del consentimiento y las preferencias de comunicación del usuario
- 11.3. Implicaciones éticas de la automatización y la personalización masiva de comunicaciones
- 11.4. Auditoría de cumplimiento normativo y evaluaciones de impacto en protección de datos
- 11.5. Responsabilidad organizativa y formación del equipo en materia de privacidad y buenas prácticas



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

