

TALLER

DESARROLLO PROFESIONAL

Modalidad: **online**
2 de diciembre de 2026
11:00 a 14:00 h
horario peninsular

INSCRIBIRSE AHORA

Estrategias de *marketing* digital: *funnel* de ventas optimizado

En un entorno cada vez más competitivo, no basta con atraer tráfico hacia los canales digitales de la empresa, una web o seguidores a una red social. **Resulta imprescindible transformar ese interés en oportunidades reales de negocio.** Muchas empresas invierten en publicidad, contenido y redes sin un camino claro que lleve al usuario del primer contacto a la compra, y pierden por el camino buena parte de sus oportunidades de venta. Así pues, las organizaciones necesitan comprender el **recorrido del cliente**, identificar los **puntos de mejora** en cada fase del proceso comercial y **aplicar estrategias que incrementen la conversión y la fidelización.**

Este taller muestra cómo **construir y optimizar un *funnel* de ventas digital**, el recorrido que hace un cliente desde que conoce la marca hasta que compra y repite. Se trabaja cada etapa del *funnel* con un enfoque práctico: cómo atraer al público adecuado, convertir visitas en contactos, acompañar a esos contactos hasta la compra y fidelizar a los clientes. También se tratan las métricas y herramientas necesarias para medir resultados, detectar dónde se pierden ventas y mejorar de forma continua.

La formación **combina contenido teórico con ejemplos reales y un ejercicio práctico**, para que cada asistente salga con un esbozo del *funnel* de su propio negocio o proyecto.



Diseñar el *funnel*

Entender qué es un *funnel* de ventas, distinguir sus etapas, definir el *buyer persona* y trazar el *customer journey* del negocio.



Atraer y captar contactos

Elegir los canales de atracción más adecuados, incluida la visibilidad en buscadores con IA, y crear *lead magnets* y *landing pages* orientados a la conversión.



Convertir y fidelizar

Diseñar estrategias de *lead nurturing* y secuencias de *email* automatizadas, aplicar CRO y *retargeting*, y plantear acciones de postventa que aumenten el valor del cliente.



Medir y mejorar

Medir el rendimiento con KPIs como la tasa de conversión, detectar cuellos de botella, elaborar un plan de mejora continua y esbozar el *funnel* del propio negocio.

Antonio López Gamero

Consultor SEO y responsable de marketing de AOM Comunicación y Marketing liderando las áreas de posicionamiento web, estrategia de contenidos y embudos Inbound Marketing.

Cuenta con varios años de experiencia diseñando arquitecturas digitales orientadas a la captación y conversión de tráfico, especializándose en la convergencia entre el SEO tradicional, las estrategias de *Inbound* y la optimización en los nuevos motores de respuesta por IA (GEO/AIO). Destaca por su enfoque integral para transformar búsquedas conversacionales e intenciones de usuario en embudos de ventas sostenibles.

BLOQUE 1

Fundamentos y diseño del *funnel*

- Qué es un *funnel* de ventas y por qué optimizarlo
- Las etapas del *funnel*: TOFU, MOFU y BOFU
- Buyer persona* y *customer journey*
- Mapa de contenidos por etapa del *funnel*

BLOQUE 2

Atracción y captación de *leads*

- Canales de atracción: SEO, redes sociales, publicidad de pago y contenido
- Visibilidad en buscadores con IA (AI Overviews, ChatGPT, Perplexity)
- Lead magnets*: tipos y cómo diseñarlos
- Landing pages* que convierten: estructura y elementos clave

BLOQUE 3

Conversión y automatización

- Lead nurturing*: cómo madurar al contacto hasta la compra
- Email marketing* y secuencias automatizadas
- Lead scoring* y coordinación entre marketing y ventas
- Retargeting* y remarketing
- Optimización de la conversión (CRO): pruebas A/B, prueba social y urgencia
- Postventa: retención, fidelización, *upselling* y *cross-selling*

BLOQUE 4

Medición, práctica y cierre

- KPIs del *funnel*: tasa de conversión por etapa, CAC, LTV y ROI
- Herramientas: CRM, automatización y analítica (GA4, HubSpot, etc.)
- Detección de cuellos de botella y plan de mejora continua
- Ejercicio práctico: diseñar el *funnel* de un negocio real
- Checklist* de optimización, preguntas y cierre

SOCIO GLOBAL

324 €_{+IVA}

SOCIO PROTECTOR

270 €_{+IVA}

INSCRIBIRSE AHORA

¿Te interesa este curso y no eres socio de APD? Entonces ponte en contacto con nosotros dirigiéndote a este correo electrónico: **Alicia Calderón** | acalderon@apd.es