

NUEVO Curso “Digital Power 2023”

Para Estudios de Arquitectura, Ingeniería y Construcción

Fuen Carmona

Consultora y Formadora en Desarrollo de Negocio y Estrategias de Marketing Digital

Objetivo del Curso

El **Curso Digital Power 2023** te va a permitir dar el salto que tu empresa necesita y adaptarla al entorno online, mediante nuevas estrategias y herramientas que te van a ayudar a aumentar el valor de los servicios que ofreces y captar nuevos clientes para tu empresa.

Durante más de 10 horas de vídeo y 35 ejercicios prácticos, aprenderás de forma sencilla, las claves de un modelo de **negocio innovador**, sabrás cómo crear y comunicar un servicio que realmente cautive a tus clientes, y conocerás las mejores **estrategias digitales** para atraer y captar nuevos contactos en el ámbito digital.

1_ Diseña un Modelo de Negocio

INNOVADOR

Introducción

Este tema te ayudará a explorar y profundizar en la más pura esencia de tu empresa. En el día a día, el tiempo nos come, y es vital que podamos sentarnos a pensar qué es lo que nos mueve, la razón de ser de nuestro negocio, y lo que queremos en realidad, para ser capaces de dirigirlo en la dirección adecuada.

Aprenderás la importancia para el éxito de tu empresa, de conocer y analizar de forma sencilla y en profundidad tu Modelo de Negocio, adquiriendo una perspectiva global de cuáles son las áreas estratégicas de tu negocio, y cómo puedes mejorarlas.

Estudiaremos diferentes modelos de negocio innovadores para ampliar nuestra perspectiva actual e inspirarnos, y descubrirás cómo puedes crear o mejorar tus servicios, gracias a la metodología Lean Startup y la experimentación a través de un Producto Mínimo Viable, de forma sencilla y rápida.

Objetivos

- Analizar y mejorar tu Modelo de Negocio
- Conocer nuevos Modelos de Negocio innovadores
- Validar tu Producto Mínimo Viable

Contenidos

Innovación y Marketing

Encuentra tu Propósito

El Círculo Dorado

Propósito / Ikigai

Análisis DAFO: descubriendo mi diferencia

Matriz DAFO - Estrategias

Tú Análisis DAFO

Ejemplo de Análisis DAFO

Ejemplo de Matriz DAFO (estrategias)

[Ejercicio Análisis DAFO y Estrategias](#)

Business Model Canvas

¿Qué es el Business Model Canvas?

Business Model Canvas o Modelo del Negocio CANVAS

Cómo entregar Valor

Cómo crear Valor

Cómo capturar Valor

Ejemplos de Business Model Canvas

[Ejercicio Modelo Canvas o Lienzo Estratégico del Negocio](#)

Innovación en Nuevos Modelos de Negocio

Ejemplos de Plataformas web - Business Model Canvas

Producto Mínimo Viable

Lean Startup

Plantilla para Experimentos

Experimentos MVP

2_Crea el Servicio de Arquitectura

PERFECTO

Introducción

El primer ingrediente para crear un servicio que funcione, es saber a quién me estoy dirigiendo, conocer sus necesidades reales y crear una propuesta de valor irresistible.

Uno de los mayores errores que cometen la mayoría de Profesionales es “hacer de todo para todos”, su propuesta se dirige a todo el mercado y apenas existe diferenciación respecto a la competencia.

En esta sesión veremos cómo elegir de forma adecuada el segmento de mercado al que nos dirigimos, investigaremos todos los aspectos relevantes de cara a nuestro potencial cliente, con el objetivo de adaptar perfectamente nuestro servicio y diseñar una propuesta de valor 100% personalizada que resuelva sus necesidades y proporcione los resultados esperados.

Objetivos

- Conocer por qué es tan importante la Innovación en Valor
- Elegir un Segmento del Mercado y un Posicionamiento para tu Marca
- Conocer en profundidad a tu Cliente
- Definir una Propuesta de Valor diferenciada y única para tu Empresa
- Reformular la Misión, Visión y Valores de tu Empresa
- Identificar diferentes niveles de servicio para llegar a más clientes

Contenidos

Cómo Innovar en Valor

Estrategia del Océano Azul

Innovación en Valor

La Curva de Valor

Ejercicio_ Curva de Valor

Matriz RICE

Ejercicio_ Matriz RICE

Mercado, Segmentación y Targeting

Ejercicio_ Segmentación y Nicho

Análisis de la Competencia Digital

Análisis del Mercado y Estrategias

Estrategias Competitivas

Ejemplos

Estudio de la Competencia

¿Cómo investigo a mi Competencia?

Encuentra a tu Competencia

Conoce tus Palabras Clave

Herramientas

Presencia Digital de tu Competencia

Ejemplo

Ejercicio _Estudio de tu Competencia

Conoce en profundidad a tu Cliente

Identifica tu Cliente Ideal

Mapa de Empatía

Lienzo del Perfil del Cliente

Ficha de Perfil de tu Cliente Ideal (opcional)

Define tu Posicionamiento y Diferenciación

Qué es el Posicionamiento de tu Marca

Estrategias de Posicionamiento

Ejercicio_ Define el Posicionamiento de tu Marca en el Mercado

Diferenciación

Tu Propuesta de Valor, la esencia de tu Empresa

Factores Competitivos de tu Empresa/Curva de Valor

Ejemplo de Curva de Valor

El posicionamiento de tu marca

Estrategias de Posicionamiento

[Ejercicio_Define el Posicionamiento de tu Marca en el Mercado](#)

Lienzo de la Propuesta de Valor

Ejemplo de la Propuesta de Valor

[Ejercicio_Lienzo de la Propuesta de Valor](#)

La Propuesta de Valor

¿Cómo creo Valor a Mis Clientes?

Formulación de la Puesta de Valor del Arquitecto

[Ejercicio_Definiendo la Propuesta de Valor de tu Estudio](#)

Misión, Visión y Valores

¿Qué es la Misión?

Ejemplo de Misión

¿Qué es la Visión?

Ejemplo de Visión

¿Qué son los Valores?

Ejemplo de Valores

[Ejercicio_Misión, Visión y Valores](#)

Paquetización de Servicios y Entregables

Beneficios de la Paquetización de Servicios y Entregables

Factores a tener en cuenta

Ejemplos de Paquetes o Niveles de Servicio

3_Powerselling: Construye una Propuesta de venta Ganadora

Introducción

¿Sabes por qué tus clientes contratan tus servicios?

¿Qué les empuja a comprar?

¿Cuál es su última motivación?

¿Tienes una propuesta de venta ganadora para tu servicio estrella?

Objetivos

- Conocer por qué tus clientes contratan tus servicios
- Saber cómo funciona nuestro cerebro en el proceso de ventas
- Comprender las principales fuerzas o motivaciones de compra

Contenidos

¿Por qué tus clientes contratan tus servicios?

Cómo funciona el cerebro

Las 9 Fuerzas o Motivaciones de la vida

Comunica una Propuesta de Venta sólida y ganadora

Ejercicio_ Construye tu Propuesta de Venta

4_Funnel de Ventas y Experiencia de Cliente

Introducción

Un funnel o embudo de ventas te va a ayudar a conocer cuales son los pasos que tu potencial cliente tiene que seguir durante todo el proceso de venta de tus servicios, así como los micro objetivos que se tienen que cumplir para que se produzca la venta.

Tu funnel de ventas te permite “estandarizar” todo el proceso, detectar puntos conflictivos y mejorar la experiencia de tus clientes.

Veremos diferentes tipos de funnels ,tanto manuales como automatizados, y aprenderás a diseñar un funnel sencillo para tu empresa, con el que empezarás a captar nuevos clientes.

Objetivos

- Analizar y “estandarizar” tu proceso de venta
- Captar nuevos contactos para nuestra empresa
- Mejorar la experiencia de nuestros potenciales clientes
- Conocer diferentes modelos de captación de nuevos contactos

Contenidos

La importancia del Embudo de Ventas

¿Qué es un Embudo de Ventas?

Fases del Embudo de Ventas

El Proceso de Compra del Cliente

El Mapa de Experiencia de tu Cliente

Definición del Mapa de Experiencia del Cliente

Ejemplo Customer Journey Map

[Ejercicio_Diseña tu Customer Journey Map](#)

Tipos de Funnels para Servicios Profesionales

Funnel Inicial (manual)

Ejemplo de Funnel para LinkedIn

Funnel Lead Magnet

Funnel de Newsletter

[Ejercicio_Diseña tu Funnel de Ventas](#)

5_Aparece en la 1ª Página de GOOGLE

Introducción

¿Cansado de que nadie te encuentre en Google?

¿Tu web no aparece cuando tus clientes te buscan?

Con esta sesión aprenderás las claves para aparecer en los primeros puestos y cómo ganar relevancia y autoridad frente a Google.

Veremos cómo investigar y conocer cómo te buscan tus clientes en Internet, cuales son las palabras clave que necesitas posicionar y te mostraré los factores más relevantes a los que tienes que prestar especial atención, si quieres aparecer en los primeros resultados de Google.

Sabrás de la importancia de posicionar tu empresa con Google My Business, y cómo potenciar y optimizar tu perfil para aparecer en los primeros resultados de Google.

Descubrirás cómo una adecuada estrategia de contenidos a través de tu Blog puede ayudarte a mejorar visibilidad en Google y ganar posiciones, además de mejorar tu reputación como experto.

Objetivos

- Analizar cómo te buscan tus Clientes
- Definir y elegir tus Palabras Clave
- Conocer los factores imprescindibles para aparecer el primero en Google
- Descubrir la importancia de Google My Business y sacarle el mayor partido

→ Mejorar la visibilidad de tu Web y posicionarte como experto con la Estrategia de contenidos de tu Blog

Contenidos

El Posicionamiento Orgánico o SEO

¿Qué es el SEO?

Por qué hacer SEO

Objetivos del Posicionamiento Orgánico

SEO On-Page y Off Page

Términos de Búsqueda/SERPs

Palabras Clave

Palabras Clave Locales

¿Cuáles son mis Palabras Clave?

Cómo encuentro mis Palabras Clave

Herramientas de Análisis de KW

Herramientas - Google Ads

Factores Clave para Optimizar el SEO On-Page

Herramienta Yoast SEO para Optimizar Contenidos

Alta en Search Console y Google Analytics

SEO Local con Google My Business

Reseñas en Google My Business

Pide reseñas en Google My Business

[Ejercicio_Completa tu Perfil en Google My Business](#)

Estrategia de Contenidos - El Blog

Por Qué es Importante el Content Marketing

¿Cómo tiene que ser mi Estrategia de Contenidos?

Tópicos, Formatos y Herramientas para Contenidos

[Ejercicio_Elige las temáticas, KW y Servicios relacionados](#)

Mapa de Contenidos

Ejercicio_Crea tu Mapa de Contenidos

Qué tipo de Contenido Crear

Modelo AIDA

Creación del Calendario de Contenidos

Ejercicio_Crea tu Calendario Editorial

Check List de Cómo Escribir un Contenido SEO

Optimización de Entradas con Yoast SEO

Ejercicio_Plantilla de Contenido

6_ Acierta con el Diseño de tu WEB

Introducción

¿Quieres crear una web que realmente muestre lo mejor de tí a tus clientes?

¿Te gustaría saber cuales son las claves para que tu web te traiga nuevos contactos de calidad?

¿Tu web actual no te ha funcionado como querías?

Por desgracia, es muy común encontrarme con compañeros que ya han realizado una inversión considerable en el diseño y desarrollo de su web, y no les está funcionando como les gustaría, no sólo no les llegan nuevos contactos, si no que además ni siquiera muestra todo su potencial, por no decir que no aparece en Google cuando un usuario busca sus servicios.

En esta sesión aprenderemos cómo tiene que ser tu web profesional, los requisitos y los elementos imprescindibles para que sea una herramienta que atraiga y te proporcione nuevos contactos interesados en tus servicios, que muestre lo mejor de tí y se posicione bien en Google.

Veremos los pasos que hay que dar para crear una web profesional y cómo tienes que construir el mensaje y la comunicación para conectar con tus clientes, algo totalmente necesario, tanto si contratas un proveedor o decides hacerlo tú mismo.

Objetivos

- No cometer los errores que comete todo el mundo en el Diseño de una web Profesional
- Conocer las principales claves a nivel de seo, marketing y comunicación de tu web, para que atraiga y convierta clientes.

- Descubrir cómo dar los primeros pasos para construir tu Web así como los elementos en lo que tienes que poner el foco.
- Saber cómo trabajar la comunicación para enamorar a tus Clientes y que quieran contactar contigo.

Contenidos

Por qué tu Web es VITAL en tu Estrategia Digital

Principales Errores Web

Requisitos Imprescindibles en tu Web

Elementos Clave de tu Web

Crea tu Mapa web

Contenido de las Páginas Principales de tu Web

Ejercicio_ Contenido de las Páginas Principales de tu Web

Construye tu Lead Magnet

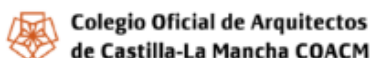
Ejercicio_ Crea tu Lead Magnet

Qué necesitas para tener tu Web

Pasos para Crear tu Web Profesional

Ejercicio_ Elige tu Hosting, Dominio y Plantilla

Opiniones del Curso



"El curso ha superado todas mis expectativas. Este curso ha sido una auténtica revelación sobre cómo la Estrategia Digital puede ser la mejor herramienta para consolidar nuestra Estrategia empresarial como estudio de arquitectura. Fuensanta, tú como profesora, demuestras un grandísimo control no sólo del mundo digital, sus herramientas concretas y sus posibilidades, sino también del mundo empresarial en sí. Lo cual te permite darle al curso y a tu trabajo como asesora, un enfoque súper práctico, competitivo y de muchísima solidez y valor. Yo tengo la sensación de haber recibido un curso mucho más allá de Estrategia Digital... más bien un curso de Transformación Digital :) " ...

Toño

Arquitecto

"La formación tiene un excelente contenido y proporciona las herramientas necesarias para poder crear una página web, conseguir un posicionamiento y saber cómo realizar una estrategia de contenidos en las Redes Sociales. Destacaría lo interesante que es, que esta formación sea tan específica para estudios de arquitectura. La forma en que das el curso es muy amena, mantienes el interés en todo momento y resuelves las dudas con mucha claridad. Además tu cercanía genera mucha confianza." ...

Xortu

Estudio Arquitectura

"Mi opinión general es muy positiva. El contenido es muy completo y equilibrado. Mi sensación al terminar el curso es que hemos tocado todo lo importante y de forma coherente, tanto para trabajar con uno mismo como todo aquello para exponerse y captar clientes fuera. Diría, en positivo, que ha sido una formación integral. A lo anterior pienso que ayuda lo bien estructurado y organizado del temario. Tu forma de transmitirlo es realista, no tratas de vender nada en lo que no creas o hayas comprobado por ti misma. Pienso que nos has dado una formación integral, en herramientas y contenidos para situarnos en el mundo digital, con confianza y realismo." ...

Bruno - Digital Power 2022

Arquitecto

"Sobre la experiencia decirte que ha sido muy interesante porque has ofrecido una panorámica general del asunto, y a mí personalmente me ha abierto los ojos respecto a la manera de ver ciertas cuestiones importantes relacionadas con el ejercicio profesional. Desde luego hay mucha información que procesar, y mucho en lo que tienes que documentarte para poder manejar -con alguna garantía en la orientación- los conceptos transmitidos. Es de destacar el hecho de que hayas incidido en que lo que primero que debemos hacer es interrogarnos a nosotros mismos para determinar la hoja de ruta de las posibles acciones. Es lo principal y lo has descrito perfectamente, se ve que entiendes perfectamente nuestro ámbito de actuación. Si tuviera que referirme a lo que más me gustó, podría hacer mención a... ..

José

Arquitecto

"Creo que el curso me llega en el momento adecuado. Llevaba 2 años con proyectos muy potentes de interiorismo, pero a raíz de nacer mi segundo hijo han dejado de entrar proyectos. Me está costando bastante desde hace 1 año conseguir cerrar los contratos. Para lanzarme a la captación de nuevos proyectos espero que este curso me sirva de trampolín. El curso me ha supuesto un subidón importante de energía en un momento en el que me hacía falta. Además, el curso me ha servido para darme cuenta de que, en este momento, debo centrar mi actividad principal en el interiorismo. Con dos niños pequeños necesito máxima eficiencia en el trabajo. Y eso pasa por centrarme en la actividad que más dinero me ha dado en mis últimos años. Lo que más me ha gustado es la cantidad de información que nos has f... ..

Yago

Arquitecto

"El curso me ha permitido poner orden, corregir y completar el trabajo que estaba realizando para mi estrategia digital, de manera que independientemente de lo que llevaba hecho, he partido de cero con los cuadernillos que nos has facilitado para comprobar y no dejarme nada en el proceso. Esta cuarentena me va a permitir desarrollarlo completamente para la empresa de ingeniería y posteriormente para la de arquitectura y además ya estoy viendo algunos puntos de conexión entre ambas. Y queda claro que menos lamentarse y más integrar la situación actual del mercado en nuestras empresas, este curso es necesario para todo aquel que quiera mejorar y probablemente sobrevivir empresarialmente. Lo que más me gustó fué tu energía, que nos la fuiste trasladando a todos." ...

Juanjo

Arquitecto

"Me siento muy afortunada de haber asistido a tu curso. No pensaba que nos ibas a proporcionar información tan valiosa. Tus consejos trascienden el mero marketing digital ya que me está llevando a toda una reflexión que creo que me va a ayudar a enfocarme en mi carrera profesional. Lo que más me gustó fue la alegría y el humor con que Fuensanta explica las cosas." ...

Ana Belén

Arquitecta

"Acabamos de terminar el Curso de Marketing Digital para Autónomos (online) donde hemos realizado una tutorización personalizada de la mano de Fuen para nuestro Negocio. Lo que más me ha gustado es pasar a la acción de forma inmediata, profundizar en los pilares de nuestro Negocio para sacar lo mejor de él y empezar a construir una Estrategia Digital que nos permita atraer y convertir potenciales clientes. Trabajar con Fuen te ayuda descubrir que en el marketing digital todo tiene un sentido, un objetivo y se puede medir. Nos ha dado todas las herramientas que necesitamos para acertar con nuestra Estrategia Digital (branding, rrss, web, email marketing..) y saber cómo tenemos que hacerlo." ...

Irene

Estudio Arquitectura

Curso Digital Power

Inscríbete AHORA

Si tienes dudas, escríbeme a formacion@fuencarmona.com o por whatsapp al [697839153](https://www.whatsapp.com/business/profile/697839153) y te responderé lo antes posible.

¡Gracias!

Fuen Carmona

fuencarmona.com