

Programa “Digital Power para Arquitectos”

¿En qué consiste este Curso?

El Programa Digital Power plantea a través de diferentes sesiones prácticas e independientes la capacitación de los Arquitectos en nuevas estrategias y herramientas de negocio, que les ayuden a innovar en su Estudio, mejorar los servicios de arquitectura que ofrecen y adaptarlos al entorno online.

Se plantean diferentes sesiones muy condensadas relativas a la innovación y desarrollo de un modelo de negocio rentable y sostenible, veremos el proceso de creación de un servicio estrella diferenciado de la competencia que aporte alto valor a tus clientes, así como la aplicación de diferentes estrategias digitales para que tus clientes te encuentren en Internet y tu web sea capaz de atraer y conseguir contactos de potenciales clientes interesados en tus servicios.

Sesiones

Sesión "Innovación y Desarrollo del Modelo de Negocio del Arquitecto"

Sesión "Crea el Servicio de Arquitectura PERFECTO"

Sesión "Aparece el primero en Google para que tus potenciales clientes te encuentren"

Sesión "Acierta con tu Web: claves en el diseño, comunicación y marketing"

Sesión "Construye el Funnel de Ventas que tu Estudio necesita"

5 Sesiones

2,5 h por Sesión

Sesión Innovación y Desarrollo del Modelo de Negocio del Arquitecto

¿Te has preguntado alguna vez que tienen en común las grandes empresas del momento? Airbnb, Amazon, Uber¿Cuál es su modelo de negocio y por qué triunfan? ¿Te gustaría saber por dónde empezar a mejorar tu Estudio ? ¿Y cómo atraer clientes “buenos”, que en realidad valoren tu trabajo?

Si es así, esta sesión es para tí.

Esta sesión te ayudará a explorar y profundizar en la más pura esencia de tu estudio de arquitectura. 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 estudio, y lo que queremos en realidad, para ser capaces de dirigirlo en la dirección adecuada.

Aprenderás la importancia para el éxito de tu Estudio, 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 estudio, y cómo puedes mejorarlas.

Estudiaremos diferentes modelos de negocio innovadores para ampliar nuestra perspectiva actual e inspirarnos, y descubrirás cómo puedes diferenciarte de tu competencia, poniendo el foco en lo que eres bueno, y el mercado necesita.

Conocerás cómo escoger un nicho de negocio rentable y en qué perfil de cliente tienes que centrarte para hacer brillar tu Estudio.

Objetivos

- Descubrir tu Propósito
- Conocer, analizar y mejorar tu Modelo de Negocio
- Encontrar tu elemento diferenciador
- Superar a tu Competencia
- Escoger tu Segmento de Clientes

Contenidos de la Sesión

Encuentra tu Propósito

El Círculo Dorado

Propósito / Ikigai

Business Model Canvas

¿Qué es el Business Model Canvas?

Business Model Canvas o Modelo del Negocio CANVAS

Cómo entregar Valor

Cómo creo Valor

Cómo capturar Valor

Ejemplos de Business Model Canvas

Ejercicio Modelo Canvas o Lienzo Estratégico del Negocio

DAFO

Análisis DAFO

Matriz DAFO - Estrategias

Tú Análisis DAFO

Ejemplo de Análisis DAFO

Ejemplo de Matriz DAFO (estrategias)

Ejercicio Análisis DAFO y Estrategias

Análisis de la Competencia Digital

Análisis del Mercado y Estrategias

Estrategias Competitivas

Estrategia del Océano Azul

Ejemplos

Estudio de la Competencia

¿Cómo investigo a mi Competencia?

Conoce a tu Competencia

Conoce tus Palabras Clave

Herramientas

Presencia Digital de tu Competencia

Ejemplo

Ejercicio _Estudio de tu Competencia

Segmentación y Nicho

Segmenta y escoge un nicho de mercado

Ejemplo de Segmentación y Nicho

Ejercicio Segmentación y Nicho

Define tu Perfil de Cliente

Conoce en Profundidad tu Cliente Ideal

Tu Cliente Ideal

Ejercicio Identifica tu Cliente Ideal

¿Qué es el Mapa de Empatía?

Mapa de Empatía

Ejemplo de Mapa de Empatía

Ejercicio Mapa de Empatía de tu Cliente

Lienzo del Perfil del Cliente

Ejercicio Construye el Lienzo del Perfil de tu Cliente

Ficha de Perfil de tu Cliente Ideal (opcional)

Ejercicio Perfil de tu Cliente Ideal

Sesión _Crea el Servicio de Arquitectura PERFECTO

¿Y si te dijera que tus potenciales clientes están cansados de que todos los Arquitectos les ofrezcan siempre lo mismo? ¿Y si estuvieran dispuestos a pagarte sin “peros”? ¿Y si pudieras crear un servicio único y exclusivo por el que cobrar de forma justa?...

El primer ingrediente para crear un servicio de arquitectura 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 Estudios de Arquitectura 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 100% personalizada que resuelva sus necesidades y sea irresistible para nuestros clientes.

Objetivos

- Definir una Propuesta de Valor diferenciada y única para tu Estudio
- Elegir el Posicionamiento de tu Marca
- Reformular la Misión, Visión y Valores de tu Empresa
- Descubrir cómo Estandarizar tus Servicios y llegar a más clientes

Contenidos de la Sesión

Reformulando tu Propuesta de Valor

La Curva de Valor

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

Ejemplo de 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

Sesión _ APARECE el primero en Google PARA QUE TUS POTENCIALES CLIENTES TE ENCUENTREN

¿Cansado de que nadie te encuentre en Google?, ¿Tu web nunca aparece cuando tus clientes te buscan? ¿Todavía no existes en Internet?...

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

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

Veremos también la importancia del posicionamiento local con Google My Business y cómo potenciar y optimizar tu perfil para aparecer en las primeras posiciones sin demasiado esfuerzo.

Descubriremos cómo una adecuada estrategia de contenidos a través de tu Blog puede ayudarte a mejorar tu 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 de la Sesión

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

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 Contenidos

Sesion_ ACIERTA Con tu Web: claves en el diseño, comunicación y marketing.

¿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, 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 de tu web, algo totalmente necesario, tanto si contratas un proveedor o decides hacerlo tú mismo.

Objetivos

- Aprender a 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 de la Sesión

La Web

Principales Errores Web

Requisitos imprescindibles en tu Web

Elementos Clave de tu Web

Crea tu Mapa Web

¿Qué necesitas para tener tu Web?

Pasos para Crear tu Web Profesional

Ejercicio_Elige tu Hosting, Dominio y Plantilla

Mensaje y Comunicación de las Páginas Principales de tu Web

Ejercicio_Contenido de las Páginas Principales de tu Web

Sesion_ Construye el Funnel de Ventas que tu estudio necesita

¿Te gustaría tener un sistema predecible de captación de clientes que funcione?

En esta sesión aprenderás las claves a la hora de definir un Embudo o Funnel de Ventas para tu Estudio, cuáles son las etapas y las estrategias que puedes desarrollar en cada una de ellas, así como los tipos de Funnel manuales y automatizados que puedes usar en tu Estudio, con el objetivo de atraer, convertir y conseguir clientes en el entorno online y en piloto automático.

Objetivos

- Descubrir cómo mejorar la experiencia de tu cliente durante todo el Proceso de Ventas.
- Conocer la importancia de tener tu propio Embudo o Funnel de Ventas
- Aprender las diferentes estrategias que puedes emplear en cada etapa del Funnel para mejorar la conversión
- Saber cuales son los embudos de conversión más empleados y útiles para Estudios de Arquitectura, tanto manuales como automatizados.

Contenidos de la Sesión

Definición del Embudo de Ventas

¿Qué es un Embudo de Ventas?

Fases del Embudo de Ventas

El Proceso de Compra del Cliente

Embudo de Ventas Optimizado

Definición del Mapa de Experiencia del Cliente

Customer Journey Map

Ejemplo Customer Journey Map

[Ejercicio_Diseña tu Customer Journey Map](#)

Estrategias de Marketing Digital

Fase de Atracción

Fase de Conversión

Fase de Conversión/Fidelización

Funnel de Conversión para Estudios

Funnel Inicial (manual)

Ejemplo de Funnel para LinkedIn

Funnel Lead Magnet

Funnel de Newsletter

[Ejercicio_Funnel Manual](#)

Construye tu Lead Magnet

Objetivos de tu Lead Magnet

Tipos de Lead Magnet

¿Cómo Crear el Lead Magnet Perfecto?

Títulos para tu Lead Magnet

¿Cómo Implementar tu Lead Magnet?

[Ejercicio_Define tu Funnel de Lead Magnet](#)

Estrategia de Email Marketing para generar confianza

Formularios de Captación

Cómo crear un Email Perfecto