

REDES SOCIALES PARA USO PROFESIONAL

Objetivos:

- Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc.
- Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0.
- Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales.
- Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube,).
- Aplicación de técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral. • Características principales que debe cumplir un Community Manager.

Horas:20

Índice:

1 Consideraciones generales

- 1.1 Definición de Redes Sociales
- 1.2 Concepto de marketing-mix
- 1.3 Integración de las Redes Sociales
- 1.4 Tipos de Redes Sociales
- 1.5 Bases del marketing en las Redes Sociales
- 1.6 Cuestionario: Consideraciones generales

2 Organización del trabajo en Redes Sociales

- 2.1 Introducción
- 2.2 Escuchar
- 2.3 Planificar la estrategia
- 2.4 Plan de Social Media Marketing de empresa
- 2.5 Crear compromiso
- 2.6 Medir y evaluar
- 2.7 Definir una rutina
- 2.8 Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

3 Medición de la estrategia en Redes Sociales

- 3.1 Introducción
- 3.2 Etapas medición redes sociales
- 3.3 Monitorización
- 3.4 Plan de contingencia
- 3.5 Herramientas para el análisis del Social Media
- 3.6 Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

4 Uso de las principales Redes Sociales

- 4.1 Facebook
- 4.2 Twitter
- 4.3 Video marketing en YouTube
- 4.4 Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web
- 4.5 LinkedIn
- 4.6 Instagram
- 4.7 Pinterest
- 4.8 Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales

- 5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook
- 5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter
- 5.3 Cuestionario: Consideraciones generales

6 La necesidad de crear un blog

- 6.1 Introducción
- 6.2 Selección de la plataforma de blog
- 6.3 Plugin recomendados para usar con WordPress
- 6.4 Explotación del blog corporativo
- 6.5 Trucos para potenciar la visibilidad del blog
- 6.6 Cuestionario: La necesidad de crear un blog

7 Éxito y errores en Social Media

- 7.1 Introducción
- 7.2 Estrategia de blogging
- 7.3 Presencia en Facebook
- 7.4 Presencia en Twitter
- 7.5 Presencia en YouTube
- 7.6 Resumen caso de éxito
- 7.7 Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales
- 7.8 Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media

- 8.1 Marketing mobile
- 8.2 Qué es el Marketing viral
- 8.3 Cómo funciona el Marketing viral
- 8.4 Elementos de una estrategia del Marketing viral
- 8.5 Técnicas de Marketing viral
- 8.6 Elementos que componen una campaña de Marketing viral
- 8.7 Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral
- 8.8 Cómo construir un mensaje viral eficaz
- 8.9 Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

9 Community manager

- 9.1 Introducción a Community Manager
- 9.2 Social Media Manager
- 9.3 Perfil y funciones específicas del Social Media Manager
- 9.4 Community Manager
- 9.5 Perfil y funciones específicas del Community Manager
- 9.6 Las 7 Ces del Community Manager
- 9.7 Cuestionario: Community manager
- 9.8 Cuestionario: Cuestionario final