



# Marketing en LinkedIn. Marketing a través de las principales Redes Sociales

**Sku:** 13780IN

**Horas:** 15

**Formato:** HTML

## OBJETIVOS

- Usar apropiadamente LinkedIn para conseguir mejores resultados, a través del uso diario y del marketing en esta red social, para la empresa.
- Realizar un uso de LinkedIn eficaz para ampliar la clientela del negocio y la red de contactos profesionales.
- Diseñar una estrategia general de marketing de contenidos para potenciar la imagen de la empresa en LinkedIn.
- Aplicar una estrategia de marketing de contenidos en LinkedIn.
- Realizar acciones complementarias de marketing en LinkedIn para conseguir que la estrategia de una empresa en esta red social tenga éxito.
- Implementar técnicas de análisis de rendimiento de las campañas de marketing en LinkedIn, con la finalidad de conocer y mejorar, si es preciso, el retorno de la inversión realizada en estas campañas.

## CONTENIDOS

**1. Conoce mejor cómo funciona LinkedIn** 1.1 Introducción. 1.2 Introducción a *LinkedIn* en el ámbito empresarial. 1.3 Cómo crear una cuenta en *LinkedIn*. 1.4 *LinkedIn* te ayuda a impulsar tu negocio. 1.5 Cómo crear una página de empresa en *LinkedIn*. 1.6 Cómo escribir un mensaje en una página de empresa en *LinkedIn*. 1.7 Casos de éxito 1.8 *Daimler*. 1.9 *Comunycarse*. 1.10 *Greenpeace*. 1.11 Resumen. **2. Diseña tu estrategia en LinkedIn** 2.1 Introducción. 2.2 Desarrolla los objetivos de tu estrategia. 2.3 ¿A quién debes dirigir tus mensajes? 2.4 Cómo encontrar contactos. 2.5 Determina tu público objetivo. 2.6 Los grupos de *LinkedIn*. 2.7 Búsqueda de grupos por palabra clave o nombre. 2.8 Resumen **3. Construye tu plan de LinkedIn** 3.1 Introducción. 3.2 Objetivos 3.3 El plan de contenidos: clave para el logro de objetivos. 3.4 Campañas de *marketing* en *LinkedIn*. 3.5 Campaña de *marketing* gratuita. 3.6 Campaña de *marketing* a través de *LinkedIn Ads*. 3.7 Resumen. **4. Parte operativa. Contenidos** 4.1 Introducción. 4.2 Aplicación de la estrategia. 4.3 Cómo y cuándo generar contenido en *LinkedIn*. 4.4 Qué contenido publicar en *LinkedIn*. 4.5 La participación en grupos de *LinkedIn*. 4.6 Potencia tu red creando un grupo de *LinkedIn*. 4.7 Resumen. **5. Implementa tu plan con las mejores prácticas** 5.1 Introducción. 5.2 Buenas prácticas para conseguir éxito. 5.3 Malas prácticas que hay que evitar. 5.4 Índice SSI: qué es y cómo medirlo. 5.5 Gestión de crisis de reputación. 5.6 Resumen. **6. Seguimiento y ajuste** 6.1 Introducción. 6.2 Mide y calcula el ROI 6.3 KPI que te ayudarán a medir tu ROI en *LinkedIn*. 6.4 Cómo calcular el ROI de tu marca en *LinkedIn*. 6.5

Herramientas de análisis de métricas relevantes. 6.6 *Google Analytics*. 6.7 *LinkedIn Conversion Tracking*. 6.8 Ajustes para incrementar el ROI. 6.9 Resumen.