LA WEB 2.0

Sku: 3338EC

Horas: 10

OBJETIVOS

Conocer los motivos para realizar analítica en medios sociales. Introducir en Social Medio y analítica web. Aprender los objetivos y las diferentes técnicas de medición. Analizar resultados y visitas desde Redes Sociales en Google Analytics. Conocer otras herramientas de analítica para Redes Sociales y Blogs. Comprender la importancia de la analítica en Social Media para las PYME.

CONTENIDOS

1. MOTIVOS PARA REALIZAR ANALÍTICA EN MEDIOS SOCIALES 1.1. PROPUESTAS DE LA ANALÍTICA WEB PARA MEJORAR EL ANÁLISIS EN SOCIAL MEDIA 2. SOCIAL MEDIA Y ANALÍTICA WEB 2.1. EL CÁLCULO DEL ROI 2.2. LAS OPCIONES DE DIFUSIÓN Y VALORACIÓN 2.3. EL BUZZE 2.4. EL ANÁLISIS DEL RESULTADO DE LA ACCIONES A TRAVÉS DE LOS DATOS DEL SITE 3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y TÉCNICAS DE MEDICIÓN 3.1. ESTRATEGIA 3.2. MEDICIÓN 3.3. MARCA 3.4. ADQUISICIÓN 4. GOOGLE ANALYTICS PARA REDES SOCIALES 4.1. PASOS PARA LA CONFIGURACIÓN DE GOOGLE ANALYTICS 4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS 4.3. ANÁLISIS DE VISITAS DESDE REDES SOCIALES EN GOOGLE ANALYTICS 5. OTRAS HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA PARA REDES SOCIALES 5.1. FACEBOOK INSIGHTS 5.2. YOUTUBE INSIGHTS 5.3. PINTEREST INSIGHTS 5.4. DUCKSBOARD 5.5. SOCIALBRO 5.6. BACKTYPE 5.7. TWITTERSEARCH 5.8. ADDICT-O-MATIC 5.9. WEBSITEGRADER 5.10. COMPETE.COM 5.11. SOCIAL METER 5.12. HOOTSUITE 6. HERRAMIENTAS PARA REALIZAR ANALÍTICA WEB EN BLOGS 6.1. JETPACK 7. IMPORTANCIA DE LA ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA PARA LAS PYME