



Estrategias en redes sociales y Community manager

Sku: PS1025

Horas: 60

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación on-line y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social.
- Gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios.
- Establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.

CONTENIDOS

- **Unidad 1. LAS RED1. Social media strategy.**
 - Contexto social media
 - Redes sociales más utilizadas y datos de uso: facebook, instagram, tik tok, pinterest, youtube, linkedin y snapchat.
 - ¿En qué red social es mejor publicar según tu público y tus objetivos?
 - Funciones del community manager
 - ¿Qué esperan los usuarios de las redes sociales?
 - Estrategia social media en 6. Pasos: el contenido más eficaz
 - ¿cómo sabemos si está funcionando la estrategia?
 - Tendencias 2021
- **Unidad 2. Estrategia de contenido digital.**
 - El contenido digital: la confianza que otorgan tus acciones
 - Marketing de contenidos
 - Nuevo escenario: consumidor digital y últimas estrategias
 - Plan de marketing: estrategia y táctica
 - Medios

- Seguir mejorando
- **Unidad 3. Branding en redes sociales.**
 - Branding ¿por qué es importante potenciar mi marca?
 - Identidad corporativa
 - Comunicación
 - Las marcas más valiosas del mundo
 - Posicionamiento y territorio
 - Requisitos de una marca efectiva
 - Estrategias: la construcción de una marca
- **Unidad 4. Monitorización, escucha activa y herramientas de marketing digital.**
 - Conversaciones en plataformas digitales
 - Acciones en redes sociales: ¿por qué importa la escucha social?
 - ¿Cuál es el mejor momento para publicar?
 - Las mejores herramientas de escucha social: hootsuite, talkwalker, google analytics y brandwatch
 - Herramientas según la red social
 - ¿Cómo pueden las marcas amortizar estas herramientas y aumentar su valor a través de redes sociales?
 - Twitter: el mejor banco de opiniones
 - Calcular el ROI (return on investment)
 - Caso de éxito
 - Profundiza
- **Unidad 5. Social selling.**
 - ¿Qué es y por qué importa el social selling?
 - Estrategias y buenas prácticas
 - Caso de éxito
 - Profundiza
- **Unidad 6. Estrategias de inbound y outbound.**
 - Inbound: definición y conceptos
 - Por qué inbound
 - Etapas de inbound marketing
 - Herramientas inbound
 - Marketing de permiso
 - Outbound: outbound tradicional vs. Outbound 2.0
 - ¿Por qué outbound?
 - Inbound vs outbound
 - Herramientas outbound