



Facebook para empresas e Instagram marketing

Sku: 10278IN_0734_R

Horas: 60

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Conocer cómo se adapta la elaboración del plan de marketing tradicional a las especificaciones que comportan las redes sociales y herramientas 2.0.
- Aprender la importancia en la planificación estratégica de la creación del social media plan, documento indispensable antes de iniciar cualquier acción 2.0.
- Conocer la importancia del eBranding como filosofía del marketing y punto de salida de nuestras acciones.
- Aprender a desarrollar los diferentes perfiles que pone a nuestra disposición Facebook para desarrollar las relaciones sociales y generar conversación alrededor de la marca.
- Conocer a fondo la elaboración e implementación de las páginas y grupos desde la empresa.
- Desarrollar habilidades comunicativas que permitan una implementación efectiva de Facebook en la estrategia comunicativa de la empresa.
- Conocer la historia y el origen de Instagram.
- Aprender a crear una cuenta de Instagram y una marca empresarial o personal, y saber definir correctamente sus objetivos.
- Conocer y analizar la audiencia con los datos que ofrece Instagram.
- Descubrir las diferentes herramientas de esta app para potenciar las interacciones con la audiencia.
- Conocer los diferentes tipos de contenido que pueden publicarse en Instagram.
- Aprender a adaptar los tamaños de las publicaciones.
- Conocer el funcionamiento del algoritmo de Instagram como forma de posicionar el contenido.
- Aprender a subir vídeos a IGTV o reels y a hacer directos.
- Saber cómo analizar las reacciones del público de la cuenta a través de las herramientas de Instagram.
- Aprender a incrementar los seguidores.
- Mantener una lista sólida de seguidores.
- Conocer aplicaciones diseñadas para aquellos seguidores que han dejado de serlo.
- Realizar sorteos y colaboraciones con el objetivo de alcanzar nuevos seguidores.

- Conocer las promociones, anuncios, cómo funciona Instagram Ads y cuáles son las mejores estrategias de marketing en Instagram para tener éxito.
- Estudiar la figura del influencer y aprender cómo este destaca e influye actualmente en la sociedad y en las redes sociales.
- Aprender cómo funcionan las colaboraciones entre la marca y el influencer.
- Conocer los distintos tipos de colaboraciones.
- Conocer qué es el engagement y aprender a medirlo en Instagram.
- Saber qué es un plan ante crisis y aprender a afrontarlo enfocándolo en las redes sociales.
- Manejar algunas herramientas claves de marketing usadas en Instagram para mejorar el día a día.
- Aprender a utilizar herramientas de edición de fotografías y vídeos que aporten y potencien la creatividad y presencia de marca en Instagram.
- Trabajar en el entorno de trabajo de algunos bancos de imágenes como recursos adicionales para el uso en Instagram.

CONTENIDOS

MÓDULO I: Facebook para empresas y emprendedores

- **Social media marketing**
 - Introducción.
 - Social media marketing.
 - Social media engagement.
 - Social CRM.
 - El community manager.
 - ¿Por qué elegir Facebook?
 - Caso de éxito: Obermuttern.
 - Resumen.
- **Facebook marketing**
 - Introducción.
 - eBranding.
 - Facebook marketing.
 - ¿Perfil, grupo o página?
 - Caso de éxito: hotel Entremares.
 - Resumen.
- **Las páginas**
 - Introducción.
 - Crear una página paso a paso.
 - Interfaz de Facebook.
 - Caso de éxito: Oreo.
 - Resumen.
- **Aplicaciones**

- Introducción.
 - Aplicaciones.
 - Aplicaciones propias: eventos y notas.
 - Aplicaciones profesionales.
 - Caso de éxito: Red Bull.
 - Resumen.
- **Los grupos**
 - Introducción.
 - El grupo y su creación.
 - Los grupos como herramienta de comunicación interna.
 - Caso de éxito: Imagina... Crea.
 - Resumen.
- **Integración con otras herramientas**
 - Introducción.
 - Twitter.
 - Wordpress.
 - SlideShare.
 - Marcadores sociales.
 - Pinterest.
 - Instagram.
 - YouTube.
 - Foursquare.
 - Google Glass.
 - Caso de éxito: Real Madrid F.C.
 - Resumen.
- **Marketing para fans**
 - Introducción.
 - Inbound marketing.
 - EdgeRank.
 - Marketing para fans.
 - Optimizar la interacción.
 - Convertir usuarios en compradores.
 - Rentabilizar.
 - Caso de éxito: Hawkers.
 - Resumen.
- **Plataforma publicitaria**
 - Introducción.
 - Publicidad en Facebook.
 - Caso de éxito: Privalia.
 - Resumen.
- **Métricas y monitorización**
 - Introducción.
 - Key Performance Indicators.
-

- Facebook Insights.
- Monitorización: del ROI al IOR.
- Caso de éxito: Coca-Cola.

MÓDULO II: Instagram marketing

• Instagram empresarial

- ¿Qué es Instagram?
 - Descripción
 - Origen
- Iniciar un plan empresarial en Instagram
 - Crea una cuenta
 - Definir los objetivos y la marca personal
 - Definir la audiencia
- ¿Cómo optimizar el perfil?
 - Decidir el nombre y la foto de perfil
 - Elaborar una buena descripción
 - Señalar el nicho profesional y la página web
 - Añadir información de contacto
 - Usar los botones de llamada a la acción
 - Publicar a la hora correcta

• Tipos de publicaciones

- Post
 - Contenido
 - Hacer descripciones geniales
 - Tamaño
 - Feed
 - Tipos de feed
 - 59 del color
 - Usa hashtag
 - Ofrecer feedback
- Stories
 - Stories 24 h
 - Stories destacadas
- IGTV
- Reels
- Directos, Live o Instagram Live

• Followers

- ¿Cómo incrementar el número de seguidores?
- Cómo mantener una lista de seguidores sólida
- Colaboraciones, sorteos y promociones para conseguir nuevos seguidores
- Aplicaciones para dejar de seguir a tus unfollowers
- Estrategias de marketing

• Influencers

- Qué es un influencer
 - Cómo ser influencer
 - Consejos para ser un influencer

- Colaboraciones
 - Colaboraciones con las marcas
- **Marketing en instagram**
 - Engagement
 - ¿Qué es y cómo calcular el engagement?
 - Alcance
 - Impresiones
 - Plan ante crisis
 - Ejemplos de herramientas de marketing para Instagram
 - Linktree
 - Iconosquare
 - Hootsuite
 - Ejemplos de herramientas para la edición del contenido de Instagram
 - Unfold
 - Bancos de imágenes
 - Freepik
 - Pixabay