



Marketing 2.0

Sku: PD216

Horas: 60

Formato: HTML

OBJETIVOS

- **Objetivo General**

- Analizar las oportunidades que suponen para una empresa el uso de las nuevas tendencias del marketing en el ámbito 2.0 y las diferentes estrategias que podemos poner en marcha para obtener el máximo rendimiento.

- **Objetivos Específicos**

- Conocer las nuevas herramientas y procesos que nos propone el entorno 2.0 para su utilización en las estrategias de Marketing 2.0.
- Comprender el concepto de Web 2.0, sus orígenes y evolución a través de los avances más significativos en las tecnologías al servicio de la comunicación.
- Mejorar el conocimiento de la Web 2.0, sus principios y herramientas, para utilizarlas en la comunicación, captación y fidelización de clientes, búsqueda de información, análisis de competencia y posicionamiento de la empresa.
- Aprender a desarrollar nuevas estrategias y procedimientos en los nuevos canales 2.0 como son los blogs, las webs de empresas y las páginas de empresa en las redes sociales.
- Conocer las diferentes estrategias de Marketing que podemos llevar a cabo en las redes sociales.
- Aprender a utilizar las redes sociales como herramienta de Marketing.
- Conocer las diferentes técnicas para fidelizar nuestros clientes y lograr nuevos seguidores a través de un adecuado uso de nuestra cuenta en las redes sociales.
- Conocer las herramientas básicas que nos ayudarán a profesionalizar el uso de las redes sociales al servicio de una marca.
- Aprender los elementos básicos para realizar promociones en las redes sociales.
- Conocer las características básicas del social media marketing para lograr aplicarlos a la empresa.
- Conocer las nuevas estrategias y herramientas para lograr el posicionamiento que la marca o empresa persigue.

- Comprender las diferentes estrategias que podemos establecer mediante el AdSense y el Google Ads.
- Manejar de forma conveniente el SEO para el posicionamiento de una empresa.
- Lograr establecer una estrategia en SEM mediante pago, para poder habilitar procedimientos por medio de AdSense y AdWords Google Ads para una marca.
- Conocer el parámetro del ROI y establecer el retorno de inversión deseado para una empresa.
- Llegar a manejar de forma conveniente la huella digital de una marca para conocer el impacto de la misma en el mercado.
- Conocer las diferentes estrategias de marketing que pueden ser utilizadas en las redes sociales para lograr los objetivos de la empresa.
- Enumerar las posibilidades que ofrece establecer una adecuada red de contactos en el ámbito virtual de las redes sociales profesionales.
- Saber promocionarse en las redes sociales profesionales que nos interese, según el sector en el que nos situemos profesionalmente.
- Aprender a manejar los medios sociales como un canal para establecer la respuesta de una marca y la atención al cliente.
- Ser capaces de articular una estrategia de marca en medios sociales que comprenda una propuesta de relaciones públicas de la misma con los usuarios.
- Analizar las nuevas tendencias del marketing online.
- Aprender a realizar una planificación de estrategia basada en la comunicación viral.
- Evaluar las posibilidades que nos aporta la gestión de una campaña con marketing viral.
- Conocer algunas de las estrategias y campañas de comunicación viral utilizadas en el mercado actual.
- Ser capaces de comprender las estrategias que plantea el marketing de guerrilla.

CONTENIDOS

- **Unidad 1: Introducción al ámbito 2.0.**

- Introducción a la web 2.0.
 - Las formas de comunicación actual.
 - Comunicación en la web 2.0.
- Introducción al marketing 2.0.
 - Beneficios del marketing 2.0.
 - Web de empresa.
 - Blog.
 - Tipos de blog.
 - Ventajas para la marca de disponer de un blog.
 - Ejemplos de blogs.
 - Redes sociales.
 - Página de empresa en redes sociales.
 - Tipos de publicaciones.
 - Las preferencias de los usuarios.

- Conseguir la participación de los seguidores en redes sociales.
 - Logra una mayor difusión.
- **Unidad 2: Estrategias de marketing 2.0.**
 - Widgets.
 - Herramientas de Facebook.
 - Widgets que podemos instalar en Facebook.
 - Herramientas para Twitter.
 - Otras herramientas.
 - Las apps para LinkedIn.
 - Estrategias de marketing en Facebook, Twitter y LinkedIn.
 - Facebook.
 - La publicidad dentro de Facebook.
 - Elementos de una campaña de Facebook I.
 - Elementos de una campaña de Facebook II.
 - Prácticas recomendadas para crear un anuncio.
 - Normas de publicidad en Facebook.
 - Informes y estadísticas.
 - Los juegos sociales.
 - Estrategias de marketing con juegos sociales.
 - Juegos sociales: un mercado para la publicidad.
 - Twitter.
 - Usos de Twitter.
 - Campañas en Twitter.
 - Campañas de éxito en Twitter.
 - LinkedIn.
 - Estrategias de marketing en LinkedIn.
 - Página de empresa en LinkedIn.
 - Página de empresa en LinkedIn: SEO.
 - Canales temáticos: Youtube.
 - El éxito de Youtube.
 - Interés por el video marketing.
 - Creación de un canal de Youtube.
 - Herramientas del video marketing.
- **Unidad 3: Posicionamiento y reputación.**
 - Posicionamiento y reputación.
 - SEO y SEM.
 - SEO.
 - SEM: ADS y AdSense.
 - Google Ads.
 - Huella digital.
 - ROI (Retorno de la inversión) y reputación online.
 - ROI.
- **Unidad 4: Networking en RRSS.**
 - Redes sociales como técnicas de marketing.

- Estrategias de relaciones públicas.
- Redes sociales como atención al cliente.
 - Características de la atención al cliente en las redes sociales.
 - Responder antes las críticas.
- Redes sociales para Recursos Humanos.
 - Redes sociales profesionales.
 - Departamento de Recursos Humanos I.
 - Departamento de Recursos Humanos II.
- Casos de éxito.
- **Unidad 5: Nuevas tendencias en el marketing online.**
 - ¿Qué es el marketing online?
 - Las 4 F del marketing online.
 - Establecer nuestra estrategia de marketing online.
 - Tipos de estrategias de marketing online.
 - Marketing de resultados.
 - Brand Marketing.
 - Social Media Marketing y Marketing de contenidos.
 - Estrategias de marketing 2.0.
 - Herramientas de la web 2.0 para marketing.
 - Marketing de guerrilla.
 - Marketing viral.
 - Estrategias y campañas de comunicación viral.
 - Casos de éxito de campañas de marketing viral.