



Facebook para empresas y emprendedores

Sku: 10278IN

Horas: 45

Formato: HTML 5

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.

CONTENIDOS

- **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.

Resumen Glosario