

SOCIAL MEDIA MARKETING EN COMERCIO

40 horas

Presentación

En la actualidad vemos como cada vez son más las empresas que apuestan por adentrarse al Mercado digital y al Social Media. Los negocios confían en estas nuevas estrategias ya que ven como sus ventas se incrementan gracias a su presencia en este medio.

Las Redes Sociales son utilizadas para promover un producto, servicios o como canal a través del cual la empresa muestra su "cara cercana" al usuario. Debemos tener claro que no es simplemente aparecer en las Redes Sociales y olvidarse de ellas. Hay que establecer una pauta y una estrategia acorde con la línea general de la empresa. La persona encargada de gestionar las redes sociales, llamada Community Manager, requiere de una serie de habilidades concretas, así como de un continuo aprendizaje. Su importancia es tal que hoy en día es una de las profesiones más demandadas del mercado.

En este curso los participantes aprenderán, de forma práctica, a utilizar y gestionar las redes sociales, de tal forma que, tras su finalización con éxito, habrán adquirido las competencias y habilidades en el manejo de las redes sociales más importantes, en herramientas de medición, creación de blogs y analítica web, así como lo relativo al posicionamiento SEO. De esta manera se facilitará su mejora profesional y/o su incorporación al mercado laboral.

Contenidos

Módulo 1: Internet: pasado, presente y futuro

- Los orígenes.
- ¿Qué son las redes sociales?
- ¿Quién navega por las redes sociales?
- ¿Cómo nos siguen el rastro en internet?
- Tendencias en Internet.
- Los mercados son conversaciones: Manifiesto Cluetrain
- Práctica: Hitos de internet

Módulo 2: La figura del Community Manager

- ¿Qué es un Community Manager?
- El trabajo del Community Manager.
- La importancia de contar con un Community Manager.
- Recomendaciones para ser un buen Community Manager
- Práctica: Actuaciones de Community Managers en Redes Sociales

Módulo 3: Redes sociales más utilizadas

- Facebook.
- Twitter.
- LinkedIn.
- YouTube.
- Flickr.
- Google +.
- Otras Redes Sociales: Vimeo, Pinterest y Instagram
- Práctica: Las redes sociales que más han crecido
- Práctica: Redes sociales de fotografía

Módulo 4: Blogs y foros como herramientas de comunicación digital

- Influencias.
- Comunicando a través de internet.
- El contenido te diferencia.
- Blogs y Foros
- La imagen en las Redes Sociales
- ¿Cómo nos comportamos cuando navegamos por internet?
- ¿Quién tiene derecho sobre lo que se publica en redes sociales?
- Práctica: Herramientas online

Módulo 5: Análisis e interpretación de datos

- Herramientas para gestionar varias Redes Sociales.
- Herramientas para YouTube
- Herramientas para Twitter.
- Herramientas para Facebook.
- Herramientas para Pinterest.
- Herramientas para Google +.
- Herramientas para Instagram.
- Práctica: Cool-Tabs
- Práctica: Comparativa Facebook Insights

Módulo 6: Cómo crear un plan estratégico de redes sociales

- Análisis de situación
- Definición de objetivos
- Selección de target o público objetivo
- Búsqueda de herramientas y aplicaciones
- Valoración de resultados: ROI
- Práctica: Análisis Canva

Módulo 7: Optimización para motores de búsqueda

- Concepto de SEO
- Marketing en buscadores: SEM
- Motores de búsqueda
- Peligros a evitar al realizar SEO.
- Herramientas SEO.
- ¿Cómo mejorar nuestro posicionamiento?
- Práctica: Tendencias SEO



Objetivos generales

- Adquirir conocimientos sobre web 2.0, las redes sociales y las funciones del Community Manager.
- Optimizar la presencia online con las técnicas de SEO.