



Community Manager y Comunicación Corporativa

Código: 614567

Duración: 6.00 horas

Descripción

El curso Community Manager y Comunicación Corporativa está diseñado para aquellos interesados en aprender cómo desarrollar, ejecutar y optimizar una estrategia de marketing digital exitosa.

Durante el curso, cubriremos temas como la creación de contenidos atractivos, conocimientos actualizados sobre SEO y SEM, así como las herramientas disponibles que facilitan la administración de todos tus canales digitales.

Al final del curso, esperamos que seas capaz de aplicar tus conocimientos para desarrollar campañas publicitarias cada vez mejores para tu empresa.

Objetivos

- Comprender los principios básicos del community management y la comunicación corporativa
- Aprender a identificar las audiencias clave relevantes y posicionarlas adecuadamente
- Desarrollar habilidades prácticas relacionadas con el manejo efectivo de presencia en redes sociales
- Practicar herramientas útiles para monitorear el éxito del plan estratégico por medio de informes detallados
- Evaluando los resultados y hacer ajustes necesarios

Community Manager y Comunicación Corporativa

Las Comunidades Virtuales

- Beneficios de las Comunidades Virtuales
- Perfiles de usuarios en una comunidad virtual

Community Manager

- Definición de Community Manager
- ¿Toda empresa necesita un community manager?
- Habilidades y Actitudes del Community Manager
- Tareas del Community Manager
- Funciones Específicas del community manager
- Medir la Actividad de mi Red Social
- Diferencia entre SMM y CM
- Las 7 "C"; del Community Management
- Autopráctica: Funciones de un Community Manager

Herramientas esenciales del Community Manager

- Qué es Hootsuite
- Cómo abrir una cuenta de Hootsuite
- Partes principales del tablero de Hootsuite
- Cómo añadir pestañas al tablero de Hootsuite
- Cómo añadir columnas al tablero de Hootsuite
- Cómo compartir o programar contenido
- Cómo interactuar utilizando las redes sociales
- Cómo crear un informe para analizar los datos
- Bancos de imágenes
- Alertas de mención
- Google Alerts
- Administradores de múltiples perfiles en redes sociales
- Herramientas analíticas
- Consejos para resolver crisis en redes sociales
- Pautas para crear concursos en redes sociales
- Organización interna de un concurso
- Pautas para realizar un sorteo en Instagram
- Cómo crear un sorteo en Facebook
- Recomendaciones para que el sorteo en Facebook sea un éxito
- Cómo presentar el resultado de nuestro trabajo como Community Managers

Sindicación de Contenidos

- ¿Por qué y cómo usar RSS?
- Lector de Feed
- Cómo reunir los Feeds RSS

Plan de Comunicación On Line

- Ventajas y Desventajas de elegir buenas palabras clave
- Cómo elegir las mejores palabras claves (Keyword)
- Elaboración de planes óptimos

Reputación de una marca

- Qué es una marca - Diferencia entre imagen de marca e identidad de marca
- Qué es la reputación online de una marca
- ¿Qué recursos pueden ayudar a potenciar la reputación de la marca?
- Fases para controlar la reputación digital
- Cómo gestionar una crisis de reputación online