



# Redes Sociales como Herramienta de Marketing

 Duración: 12.00 horas

## Descripción

---

Desde la fulgurante aparición de las Redes Sociales las Empresas no han dejado de innovar en lo que a estrategias de Marketing se refiere. Esta poderosa herramienta llega con facilidad cada vez más a un mayor número de personas, lo que supone una oportunidad para cualquier tipo de empresa.

En este curso se facilitan los conocimientos necesarios para la correcta utilización de las principales Redes Sociales, y como herramienta de marketing.

## Objetivos

---

- Conocer y comprender los orígenes de los medios sociales en internet y los tipos que existen actualmente.
- Aprender el manejo de las herramientas que nos permiten incrementar la visibilidad de nuestro negocio en internet.
- Interiorizar cuáles son las funciones del community manager.
- Asimilar y aprender a utilizar Facebook como herramienta de gestión y comunicación en empresas y conocer las principales redes y cómo nos pueden ayudar en nuestra empresa.
- Dominar y aprender a utilizar el microblogging como plataforma comercial, a través del desarrollo de Twitter.
- Conocer cuáles son las redes profesionales, así como las herramientas de gestión de redes sociales con recomendaciones para su uso.
- Aprender a usar la geolocalización, los foros y las wikis.
- Desarrollar nuestra plataforma de YouTube con recomendaciones de uso y conoceremos las plataformas de fotografía disponibles en el mercado.

## Contenidos

---

## Redes Sociales como Herramienta de Marketing

### Unidad.- SMO (Social Media Optimization)

- Social Media: explicación gráfica
- El Origen de los Medios Sociales
- Tipos de Medios Sociales
- Medios Sociales ¿Quiénes lo componen?
- Ventajas de los Medios Sociales
- Qué esperan los usuarios de una marca cuando comunica en Social Media
- Marketing en Medios Sociales
- El Plan de Medios Sociales
- Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales
- Plan estratégico de contenidos: Qué es
- Cómo elaborar un Plan estratégico de contenidos
- Qué acciones realizar para que nuestros contenidos sean tenidos en cuenta
- Analítica Social y Estrategia
- Analítica Social y Estrategia: Objetivos
- Analítica Social y Estrategia: KPI
- Crowdsourcing: explicación gráfica
- Medición de Resultados de un Social Media Plan
- IOR: Impact of Relationship
- El Crowdsourcing
- Tipos de Crowdsourcing
- Crowdsourcing en 8 pasos
- Autopráctica: Desarrollo del Plan de Medios Social
- Autopráctica: Análisis de una medición de Social Media
- Autopráctica - SMO
- Test
- Documentación

### Unidad.- Redes Sociales como herramienta de marketing

- Social Network: explicación gráfica

- Marketing en Redes Sociales
- Tipos de Redes Sociales
- II.- Tipos de Redes Sociales
- El Marketing Viral y las Redes Sociales
- Qué es y cuáles son las claves del Buzz Marketing
- Cómo viralizar un contenido. Ventajas del marketing viral
- Autopráctica - Marketing Viral
- La publicidad en las Redes Sociales. Dónde, cómo y para qué
- Autopráctica: Un ejemplo de aplicación de estrategia de redes sociales
- Facebook
- Cómo optimizar el perfil de Facebook de una empresa
- Cómo hacer publicidad en Facebook
- 3 objetivos que te ofrece Facebook para anunciar tu negocio o marca
- Cuánto quieres pagar por tu anuncio
- Dónde aparecerá tu anuncio de Facebook
- Cómo conseguir que Facebook te apruebe un anuncio
- Cómo aumentar la cantidad de seguidores en tu Página de Facebook
- Nuestra Personalidad en Facebook
- Llegar al público en Facebook
- I.- Comunicar a Quienes "les gustamos";
- II.- Comunicar a Quienes "les gustamos";
- Relaciona Conceptos 3
- Relaciona Conceptos 4
- Aumentar la participación de nuestros seguidores
- Crear contenido para Facebook
- Aumentar el número de seguidores o fans en Facebook
- Relación entre Community Manager y Facebook
- Malas prácticas para generar contenido en Facebook
- Otras Recomendaciones Comerciales sobre la Utilización de Facebook
- Facebook Marketplace ¿Qué es?

- Autopráctica: Análisis de una Página de Facebook
- Autopráctica: Análisis de una Página de Facebook II
- Autopráctica - Facebook Ads
- Twitter
- Primeros Pasos en Twitter
- Pasos para abrir una cuenta de Twitter
- Cómo utilizar Twitter
- Seleccionar el nombre para una cuenta Twitter
- Cuentas y Perfiles de Empresa en Twitter
- Acciones en Twitter que pueden ayudarnos en los negocios
- Selección de la imagen de usuario en Twitter
- Qué es y qué posibilidades nos ofrece Twitter
- Twitter Search
- Twitter como Canal de Comunicación
- Utilidades de Twitter
- Seguidores y Contenidos en Twitter
- Consejos para mejorar la presencia de nuestra empresa en Twitter
- Qué acciones podemos llevar a cabo en Twitter
- Twitter como herramienta de investigación
- Definir la estrategia a seguir en Twitter
- 4 tipos de estrategias que funcionan en Twitter
- Publicaciones en Twitter
- Community Manager y Twitter
- Crear contenido para Twitter
- Twitter Ads
- Recetas para intentar conseguir más influencia en Twitter
- Cómo lograr que los twitteros reenvíen nuestros tweets
- Hashtags
- Herramientas para automatizar y programar publicaciones
- Interactuar en Twitter y en Facebook
- Formas de expresar al máximo Twitter

- Buenas prácticas en Twitter
- Buenas prácticas de uso de Twitter (I)
- Buenas prácticas de uso de Twitter (II)
- Malas prácticas en Twitter
- Youtube y otras Aplicaciones de Vídeo y Fotografía
- Youtube
- Cómo crear un Canal de Empresa en YouTube
- 10 cosas a tener muy en cuenta para que tu canal obtenga visionados
- Consejos clave para triunfar en YouTube
- Qué es Flickr
- Características de Flickr
- Autopráctica: Vídeo como herramienta de autopromoción
- Redes Sociales Profesionales
- LinkedIn: explicación gráfica
- Para qué abrir un perfil en LinkedIn
- Primeros pasos con LinkedIn: Tu identidad Profesional
- Personaliza tu perfil público
- Trayectoria académica y profesional
- Importancia de las palabras claves
- Cómo construir una red de contactos potente
- Interactuando con las empresas
- Cómo compartir contenidos en LinkedIn
- Claves para conectar mejor en LinkedIn
- Cómo utilizar LinkedIn para hacer ventas
- Construye tu red de contactos
- Detecta a tus contactos clave
- Establece un primer contacto
- Haz una presentación general
- Estrecha el contacto y profundiza el vínculo
- Presenta una propuesta concreta y cierra la venta

- Qué evitar en LinkedIn
- Qué son y para qué sirven las páginas de empresa de LinkedIn
- Requisitos para crear una página de empresa
- Qué elementos incluir en una Página de Empresa
- Instagram, para qué le sirve a una empresa
- Cómo mejorar tu marketing en Instagram
- Cómo conseguir seguidores de calidad en Instagram
- Consejos clave en Instagram
- Snapchat qué es y porqué incluirla en nuestra estrategia de marketing
- Geolocalización en las Redes Sociales
- Geolocalización: explicación gráfica
- Herramientas para crear y organizar contenido en Redes Sociales
- Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales
- Práctica - Redes Sociales
- Autopráctica - Redes Sociales como Herramienta
- Test
- Documentación

#### Unidad.- Los Blogs como herramientas de marketing

- Que es un blog y partes que lo componen
- Diferencia entre blog y web
- Los Blogs como herramienta de marketing
- El Blog Marketing
- Principales Plataformas para Blogs
- Consideraciones para Aparecer en un Blog
- Autopráctica: Utilización de Blogs para el marketing online
- Los factores del éxito en los Blogs
- Cómo Tener Éxito con los Blogs
- Recomendaciones para tener éxito con un blog
- Qué es el guest blogging: Ventajas de contar con un autor invitado
- Estrategias efectivas para promocionar un blog

- Cómo crear contenidos para un blog
- Relaciona Conceptos 1
- Relaciona Conceptos 2
- Sindicación de Contenidos
- ¿Por qué y cómo usar RSS?
- Lector de Feed
- ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?
- Cómo reunir los Feeds RSS
- Autopráctica - Lector RSS
- Autopráctica - Blogs como herramienta de promoción
- Test
- Documentación