



Social Media y Social Selling

Código: 467051

Duración: 10.00 horas

Descripción

¿Te gustaría aprender a utilizar los medios sociales para relacionarte con tus usuarios, para crear marca, obtener leads o aumentar tu cartera de clientes? Este curso es lo que estás buscando.

Además de lo arriba mencionado el Social Selling te ayuda a aumentar tus ventas utilizando las redes sociales, los blogs y los foros.

Descubre las ventajas de los medios sociales y cómo crear un plan de contenidos que te ayude a atraer a tu potencial cliente como abejas a la miel.

Conoce cómo crear un plan estratégico para utilizar el Social Selling como herramienta de venta online.

Lleva a la práctica la teoría y aprende a calcular tu Social Selling Index para saber si estás en condiciones de vender en internet.

Objetivos

- El objetivo principal de este curso es que el alumno descubra cuáles son los medios sociales y cómo influyen en la estrategia de marketing digital.
- Que descubra el Social Selling como una nueva forma de relacionarse, crear marca y vender utilizando los medios sociales.
- Que conozca los entresijos de la escucha activa y cómo aplicarla en la venta online
- Que aprenda a calcular su Social Selling Index y conozca qué es Sales Navigator, la herramienta de venta de LinkedIn.

Social Media y Social Selling

- Social Media
- Social Network: explicación gráfica
- 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 comunicamos con ellos
- Marketing en Medios Sociales
- El Plan de Medios 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: Objetivos
- Analítica Social y Estrategia: KPI
- Medición de resultados de un Social Media Plan
- IOR: impact of relationship
- Social Selling
- Qué es el Social Selling y cómo funciona
- Modelo de ventas tradicional vs Social Selling
- Ventajas del Social Selling
- Pasos para realizar una estrategia de Social Selling
- Figura del comprador en Social Selling
- Qué es la escucha social activa y como aplicarla a la venta online
- Qué es el Social Selling Index y cómo calcularlo
- Porqué es importante el Social Selling Index de LinkedIn
- Cómo mejorar el Social Selling Index de LinkedIn
- Qué es Sales Navigator de LinkedIn, para qué sirve y principales funcionalidades para vender
- Marketing en Redes Sociales
- Tipos de Redes Sociales
- Qué es y cuáles son las claves del Buzz Marketing
- Cómo viralizar un contenido. Ventajas del marketing viral
- La publicidad en las Redes Sociales. Dónde, cómo y para qué
- 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
- Aumentar la participación de nuestros seguidores
- Crear contenido para Facebook
- Facebook Marketplace ¿Qué es?
- Twitter
- Twitter Search
- Pasos para abrir una cuenta de Twitter
- Cómo utilizar Twitter
- Definir la estrategia a seguir en Twitter
- Qué es y qué posibilidades nos ofrece Twitter
- Utilidades de Twitter
- Consejos para mejorar la presencia de nuestra empresa en Twitter
- Qué acciones podemos llevar a cabo en Twitter
- 4 tipos de estrategias que funcionan en Twitter
- Twitter Ads
- 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 de uso de Twitter
- Youtube
- Cómo crear un Canal de Empresa en YouTube Reemplazar por el subido a Sharepoint
- Cómo gestionar un canal
- Cómo posicionar los videos
- Cómo publicitar un vídeo de YouTube
- 10 cosas a tener muy en cuenta para que tu canal obtenga visionados
- Consejos clave para triunfar en YouTube
- LinkedIn
- 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
- 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
- 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
- Qué son las Stories
- Uso de Hashtag en Instagram
- Instagram Empresa
- Cómo mejorar el engagement en Instagram
- Cómo hacer directos en Instagram (IG)
- Cómo ver los directos de IG desde el portátil
- IGTV: Qué es y cómo usarlo
- Instagram Insights
- Snapchat
- Snapchat qué es y porqué incluirla en nuestra estrategia de marketing
- TikTok - Qué es
- Cómo crear un perfil
- Cómo subir un vídeo
- Trucos interesantes para usar TikTok
- Marketing en TikTok
- Cómo crear anuncios publicitarios en TikTok
- Aplicaciones para la gestión
- Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales