



Social Media y Social Selling

Código: 616316

Duración: 10.00 horas

Descripción

En un mundo donde las redes sociales son cada vez más importantes, el marketing en ellas se ha convertido en una herramienta clave para llegar a los consumidores y aumentar las ventas.

En este curso de Social Media y Social Selling, aprenderás a utilizar las plataformas sociales de manera efectiva para alcanzar tus objetivos de marketing y ventas.

Aprenderás a crear y ejecutar estrategias efectivas en redes sociales, a entender el comportamiento de tus consumidores en línea, y a optimizar tus esfuerzos de marketing para asegurarte de que estás llegando a la audiencia correcta con el mensaje correcto.

Objetivos

- Comprender cómo las redes sociales impactan en la toma de decisiones de los consumidores y cómo se pueden utilizar para llegar a ellos de manera efectiva.
- Aprender a crear y ejecutar estrategias de marketing en redes sociales que se ajusten a tus objetivos de negocio.
- Desarrollar habilidades para optimizar tus esfuerzos de marketing en redes sociales, incluyendo el seguimiento y análisis de resultados.
- Aprender sobre las técnicas de Social Selling, incluyendo cómo crear relaciones con los consumidores a través de las redes sociales y cómo aumentar las ventas a través de ellas.
- Adquirir conocimientos sobre las mejores prácticas y tendencias en marketing y ventas en redes sociales, incluyendo cómo utilizar herramientas y aplicaciones especializadas para maximizar los resultados.

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 cómo 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
- Elementos más relevantes del Menú de Facebook
- 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
- Estrategia de contenidos en Facebook
- Cómo crear una historia de Facebook
- Cómo agregar servicios a tu página
- Facebook Marketplace. ¿Qué es?
- Métricas e indicadores
- ¿Cómo funciona el algoritmo de Facebook para mostrar anuncios?
- ¿Cuál es la estructura que utiliza Facebook para hacer las campañas de anuncios?
- 3 objetivos que te ofrece Facebook para anunciar tu negocio o marca
- Métricas útiles para detectar si tu anuncio funciona o no
- Truco para espiar los anuncios de tu competencia
- Cómo crear un Business Manager para gestionar los anuncios en Facebook
- Cómo crear tu primer anuncio con Business Facebook
- Cuánto quieres pagar por tu anuncio
- ¿Cuánto tiempo debo dejar en circulación un anuncio?

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 twittereros reenvíen nuestros tweets
- Hashtags
- Herramientas para automatizar y programar publicaciones
- Cómo programar un tuit sin salir de Twitter
- Cómo agregar imágenes y GIF
- Cómo crear una encuesta
- Estrategias de contenidos
- Interactuar en Twitter y en Facebook
- Formas de expresar al máximo Twitter
- Buenas prácticas de uso de Twitter
- Métricas e indicadores

Youtube

- Cómo crear un Canal de Empresa en YouTube
- 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
- Cómo integrar un mensaje de voz para conseguir cercanía
- 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
- Contenidos: Para qué crearlos y cómo encontrar inspiración
- Aprovecha estos formatos y crea un contenido ganador
- 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
- Qué son los Reels y 3 formas para acceder a ellos
- 3 elementos de los que partir para crear tus Reels
- Cómo grabar un Reels
- Cómo grabar un Reels II
- Trucos para hacer vídeos visualmente más atractivos

- 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

- Cómo agregar portadas

- Música en TikTok

- Trucos interesantes para usar TikTok

- Por qué tu marca debe estar en TikTok

- Por qué consigues en TikTok más alcance sin pagar

- Tipos de vídeos que subir a TikTok

- Checklist: antes de subir tu vídeo revisa estos pasos

- Casos de éxito para inspirarte

- Marketing en TikTok

- Cómo crear anuncios publicitarios en TikTok

Twitch

- Tipos de usuario de Twitch

- Cómo abrir una cuenta en Twitch

- Cómo funciona Twitch - Interfaz

- Cómo configurar la página de tu canal

- Cómo realizar un streaming en Twitch

- Categorías y etiquetas

- Seguidores vs Suscriptores

- Recomendaciones para aumentar seguidores

- Gana dinero con Twitch: Donaciones, Programa de Afiliados y socios

- Qué es Prime Gaming

Aplicaciones para la gestión

- Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales