

Facebook para empresas y emprendedores

Horas

45

Acerca de este curso

Cod: 10278IN

- **Social media marketing**

- Introducción.
- Social media marketing.
- Social media engagement.
- Social CRM.
- El community manager.
- ¿Por qué elegir Facebook?
- Caso de éxito: Obermuttern.
- Resumen.

- **Facebook marketing**

- Introducción.
- eBranding.
- Facebook marketing.
- ¿Perfil, grupo o página?
- Caso de éxito: hotel Entremares.
- Resumen.

- **Las páginas**

- Introducción.
- Crear una página paso a paso.
- Interfaz de Facebook.
- Caso de éxito: Oreo.
- Resumen.

- **Aplicaciones**

- Introducción.
- Aplicaciones.
- Aplicaciones propias: eventos y notas.
- Aplicaciones profesionales.
- Caso de éxito: Red Bull.
- Resumen.

- **Los grupos**

- Introducción.
- El grupo y su creación.
- Los grupos como herramienta de comunicación interna.
- Caso de éxito: Imagina... Crea.
- Resumen.

• Integración con otras herramientas

- Introducción.
- Twitter.
- WordPress.
- SlideShare.
- Marcadores sociales.
- Pinterest.
- Instagram.
- YouTube.
- Foursquare.
- Google Glass.
- Caso de éxito: Real Madrid F.C.
- Resumen.

• Marketing para fans

- Introducción.
- Inbound marketing.
- EdgeRank.
- Marketing para fans.
- Optimizar la interacción.
- Convertir usuarios en compradores.
- Rentabilizar.
- Caso de éxito: Hawkers.
- Resumen.

• Plataforma publicitaria

- Introducción.
- Publicidad en Facebook.
- Caso de éxito: Privalia.
- Resumen.

• Métricas y monitorización

- Introducción.
- Key Performance Indicators.
- Facebook Insights.
- Monitorización: del ROI al IOR.
- Caso de éxito: Coca-Cola.

Resumen

Glosario

¿Qué aprenderás?

- Conocer cómo se adapta la elaboración del plan de marketing tradicional a las especificaciones que comportan las redes sociales y herramientas 2.0.
- Aprender la importancia en la planificación estratégica de la creación del social media plan, documento indispensable antes de iniciar cualquier acción 2.0.
- Conocer la importancia del eBranding como filosofía del marketing y punto de salida de nuestras acciones.
- Aprender a desarrollar los diferentes perfiles que pone a nuestra disposición Facebook para desarrollar las relaciones sociales y generar conversación alrededor de la marca.
- Conocer a fondo la elaboración e implementación de las páginas y grupos desde la empresa.
- Desarrollar habilidades comunicativas que permitan una implementación efectiva de Facebook en la estrategia comunicativa de la empresa.