

Facebook para empresas e Instagram marketing

Código del curso: 10278IN

Horas: 60

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: 10278IN_0734_R

MÓDULO I: Facebook para empresas y emprendedores

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.

MÓDULO II: Instagram marketing

Instagram empresarial

¿Qué es Instagram?

Descripción
Origen

Iniciar un plan empresarial en Instagram

Crea una cuenta
Definir los objetivos y la marca personal
Definir la audiencia

¿Cómo optimizar el perfil?

Decidir el nombre y la foto de perfil
Elaborar una buena descripción
Señalar el nicho profesional y la página web
Añadir información de contacto
Usar los botones de llamada a la acción
Publicar a la hora correcta

Tipos de publicaciones

Post

Contenido
Hacer descripciones geniales
Tamaño
Feed

Tipos de feed

Psicología del color
Usa hashtag
Ofrecer feedback

Stories

Stories 24 h
Stories destacadas

IGTV
Reels
Directos, Live o Instagram Live

Followers

¿Cómo incrementar el número de seguidores?
Cómo mantener una lista de seguidores sólida
Colaboraciones, sorteos y promociones para conseguir nuevos seguidores
Aplicaciones para dejar de seguir a tus unfollowers
Estrategias de marketing

Influencers

Qué es un influencer

Cómo ser influencer
Consejos para ser un influencer

Colaboraciones

Colaboraciones con las marcas

Marketing en instagram

Engagement

¿Qué es y cómo calcular el engagement?
Alcance
Impresiones

Plan ante crisis
Ejemplos de herramientas de marketing para Instagram

Linktree
Iconosquare
Hootsuite

Ejemplos de herramientas para la edición del contenido de Instagram

Unfold

Bancos de imágenes

Freepik
Pixabay

¿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.

Conocer la historia y el origen de Instagram.

Aprender a crear una cuenta de Instagram y una marca empresarial o personal, y saber definir correctamente sus objetivos.

Conocer y analizar la audiencia con los datos que ofrece Instagram.

Descubrir las diferentes herramientas de esta app para potenciar las interacciones con la audiencia.

Conocer los diferentes tipos de contenido que pueden publicarse en Instagram.

Aprender a adaptar los tamaños de las publicaciones.

Conocer el funcionamiento del algoritmo de Instagram como forma de posicionar el contenido.

Aprender a subir vídeos a IGTV o reels y a hacer directos.

Saber cómo analizar las reacciones del público de la cuenta a través de las herramientas de Instagram.

Aprender a incrementar los seguidores.

Mantener una lista sólida de seguidores.

Conocer aplicaciones diseñadas para aquellos seguidores que han dejado de serlo.

Realizar sorteos y colaboraciones con el objetivo de alcanzar nuevos seguidores.

Conocer las promociones, anuncios, cómo funciona Instagram Ads y cuáles son las mejores estrategias de marketing en Instagram para tener éxito.

Estudiar la figura del influencer y aprender cómo este destaca e influye actualmente en la sociedad y en las redes sociales.

Aprender cómo funcionan las colaboraciones entre la marca y el influencer.

Conocer los distintos tipos de colaboraciones.

Conocer qué es el engagement y aprender a medirlo en Instagram.
Saber qué es un plan ante crisis y aprender a afrontarlo enfocándolo en las redes sociales.
Manejar algunas herramientas claves de marketing usadas en Instagram para mejorar el día a día.
Aprender a utilizar herramientas de edición de fotografías y videos que aporten y potencien la creatividad y presencia de marca en Instagram.
Trabajar en el entorno de trabajo de algunos bancos de imágenes como recursos adicionales para el uso en Instagram.