

Marketing y reputación online: comunidades virtuales. COMM085PO

Código del curso: 20199IN

Horas: 180

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: 20199IN

UNIDAD 1. Las redes sociales en la empresa

Redes sociales: Facebook, LinkedIn, Xing, Twitter, YouTube, Instagram

Los beneficios del Social Media en la empresa

Cómo integrar las redes sociales en la estrategia corporativa

Seleccionar los canales adecuados

Medir el impacto

UNIDAD 2. La creación de contenidos sociales

Páginas web 2.0

Los blogs en la estrategia corporativa

Integración de plataforma en la web

Vídeo y fotografía

UNIDAD 3. Marketing online

Introducción del marketing en internet

Social Media Marketing

Nuevo consumidor

Cómo detectar tendencias

Publicidad en los medios sociales

Cómo medir acciones online

UNIDAD 4. Posicionamiento en buscadores

¿Qué es el posicionamiento?

¿Cómo funciona un buscador?

Factores on the page

Factores off the page

Consejos para contratar servicios de posicionamiento en buscadores

UNIDAD 5. Social Media Optimization: herramientas para acciones de SMO

Herramientas básicas

Herramientas de gestión

Herramientas de multiposting

Herramientas de gestión integral

Herramientas de monitorización integral

UNIDAD 6. Moderación y gestión de contenidos en comunidades virtuales

Introducción:

Los contenidos como base de la conversación

La importancia de los contenidos en una comunidad:

Tipos de comunidades

Tipos de contenidos

Tareas y responsabilidades del Community Manager:

El responsable de una comunidad virtual gestiona, modera y dinamiza

Búsqueda, identificación y selección de contenidos y personas

Caso práctico de creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad.

Contenidos comerciales para comunidades comerciales

Las 3 leyes de las comunidades virtuales

Buenas prácticas y malas prácticas:

La confianza es la base de una comunidad.

Seguimiento de contenidos, personas y marcas en la red

Aspectos legales y propiedad intelectual

Guía rápida para gestionar contenidos en la red

UNIDAD 7. Online Reputation Management: gestión de la reputación online

Introducción

¿Qué es el ORM?:

Definición de reputación online

El plan de reputación online:

Análisis

Diagnóstico

Plan de activos

Monitorización

Desarrollo e implementación del plan:

Gestión de activos.

Monitorización.

Desarrollo del plan de comunicación online.

El mapa de públicos / GDI.

Identificación de valores de capacidad de desarrollo.

Construcción de contenidos en función de los grupos de interés.

Táctica de activos.

Análisis de la estrategia de la portavocía online

Principales amenazas en la estrategia de ORM:

Debilidades en posicionamiento en buscadores para palabras clave

Carencia de portavocía en la red y falta de un protocolo de actuación

Falta de propagación y socialización

Desprotección ante enemigos que posicionan por falta de activos propios

Otras amenazas

Casos de gestión de reputación online actuales:

Casos de éxito

Casos de situaciones de crisis

Mejores y peores prácticas:

Mejores prácticas

Peores prácticas

¿Qué aprenderás?

Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de Community Manager, desarrollar un plan de marketing online en su totalidad, así como llevar a cabo las actuaciones necesarias para la gestión de reputación online de la empresa y mejorar su posicionamiento web.

Conocer fundamentos básicos acerca de la importancia y el uso de las redes sociales para mejorar los resultados de una empresa de tamaño medio.

Conocer cómo crear contenidos sociales para impulsar el marketing empresarial con éxito.

Conocer aspectos básicos sobre el marketing online.

Reconocer cómo puede el marketing online ayudar a mejorar los resultados empresariales de las pequeñas y medianas empresas.

Adquirir pautas básicas para obtener un buen posicionamiento de los buscadores de internet.

Utilizar las principales herramientas de gestión y análisis que pueden utilizar las empresas para mejorar sus resultados en Social Media Marketing.

Comprender en qué consiste una comunidad virtual y cuáles son sus tipos.

Distinguir los mejores métodos de moderación y gestión de contenidos.

Saber llevar a cabo la gestión de la reputación online en un ámbito empresarial.