



Curso práctico Redes Sociales para Empresas

Introducción

Las redes sociales y el fenómeno 2.0 ha abierto una nueva forma de trabajar y relacionarse con los clientes. Las reglas del juego han cambiado y las empresas deben de estar a la altura de los acontecimientos si no quieren perder oportunidades de negocios o quedar desfasadas a ojos de los usuarios.

Facebook, LinkedIn, Twitter.... cada temporada aparecen sitios nuevos y el panorama va cambiando dejando al empresario desconcertado y sin saber cómo actuar, dónde dirigirse ni cómo abordar al cliente que, ahora, es un cliente mejor informado, con más control sobre la información y publicidad que recibe y con más competencia y criterio donde elegir.

Las redes sociales son un nuevo mercado. Un nuevo “sitio” donde la gente queda, se mueve, compra, se relaciona y se muestra al mundo.

Conseguir fans y seguidores, entender la nueva dinámica de dar antes que recibir es fundamental.

Este curso pretende, no sólo ayudar a las empresas a implementar social media sino a aplicar técnicas de marketing y estrategias para generar nuevos clientes, ventas y contactos.

Objetivos de la formación

- Aprender el nuevo lenguaje y tipos de relaciones que impera en las redes sociales
- Implementar los perfiles de la empresa en Facebook, Twitter y LinkedIn
- Aplicación de estrategia (social media strategy) a nivel práctico para generar clientes potenciales, conseguir influencia y generar contactos.

Dirigido a

Este curso está diseñado para las pequeñas empresas y autónomos.

Requisitos

Para realizar este curso no es necesario ningún conocimiento de programación o diseño. La única necesidad es conexión a internet.

Duración del curso: 50 horas

Precio: 420€



Modalidad: Online

Fechas: Comienzo 1 de Enero 2012

Programación

1.- Las redes sociales

2.- Facebook para empresas (vídeo)

- 2.1. Por qué Facebook
- 2.2. Diferencias entre perfiles, grupos y páginas
- 2.3. Objetivos en Facebook
- 2.4. Cómo hacer una página en Facebook
- 2.5. Las welcome tabs
- 2.6. Cómo hacer que “les gustes”
- 2.7. El embudo
- 2.8. Automatiza
- 2.9. Tu reputación
- 2.10. El método “side effect”
- 2.11. Integración con tu web
- 2.12. Anunciarte en Facebook
- 2.13. La implicación

3.- Twitter para empresas (vídeo)

- 1.1. Por qué Twitter
- 1.2. Configuración del perfil
- 1.3. Customización de la información y del diseño del perfil
- 1.4. Navegación
- 1.5. Encontrar y seguir a gente en Twitter
- 1.6. Los Tweets
- 1.7. Las listas

4.- LinkedIn para Empresas

- 4.1. Por qué LinkedIn
- 4.2. Crear un perfil personal
 - 4.2.1. Completar el perfil
 - 4.2.2. Dar y recibir recomendaciones
 - 4.2.3. Hacer conexiones
 - 4.2.4. Grupos y debates
 - 4.2.5. Preguntas y respuestas
 - 4.2.6. Customizar tu cuenta

4.3. Crear una página de empresa

- 4.3.1. ¿Puede LinkedIn ayudar a tu empresa?
- 4.3.2. Creación del perfil de empresa
- 4.3.3. Customizar el perfil de tu empresa
- 4.3.4. Conseguir conexiones y seguidores
- 4.3.5. Añadir productos y servicios
- 4.3.6. Utilizar Analytics
- 4.3.7. Localizar candidatos potenciales
- 4.3.8. Utilización de la versión Premium

5.- Hootsuite: la herramienta para coordinar tus redes sociales

- 5.1. Qué es Hootsuite
- 5.2. Configuración de los perfiles
- 5.3. Customización de pestañas
- 5.4. Programación de los mensajes

6.- Social Mention

7.- Medición del ROI (Return On Investment)