



FACEBOOK PARA EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

- 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.

Contenidos:

1. Social media marketing Introducción.

- Social media marketing.
- Social media engagement.
- Social CRM.
- El community manager.



-¿Por qué elegir Facebook? Caso de éxito: Obermitten.

2. Facebook marketing Introducción.

-eBranding.

-Facebook marketing.

-¿Perfil, grupo o página? Caso de éxito: hotel Entremares.

3. Las páginas Introducción.

-Crear una página paso a paso.

-Interfaz de Facebook.

-Caso de éxito: Oreo. Resumen.

4. Aplicaciones Introducción.

-Aplicaciones.

-Aplicaciones propias: eventos y notas.

-Aplicaciones profesionales.

-Caso de éxito: Red Bull.

5. Creación de un grupo Registro.

-Personalización.

-Invitaciones.

-Preguntas prácticas.

-Ejercicios de autoevaluación.

6. Integración con otras herramientas Introducción.



-Twitter.

-Wordpress.

-SlideShare.

-Marcadores sociales.

-Pinterest.

-Instagram.

-YouTube.

-Foursquare.

-Google Glass.

-Caso de éxito: Real Madrid F.C.

7.Marketing para fans Introducción.

-Inbound marketing.

-EdgeRank.

-Marketing para fans.

-Optimizar la interacción.

-Convertir usuarios en compradores.

-Rentabilizar.

-Caso de éxito: Hawkers.

8.Plataforma publicitaria Introducción.

-Publicidad en Facebook.



-Caso de éxito: Privalia.

9.Métricas y monitorización Introducción.

-Key Performance Indicators.

-Facebook Insights.

-Monitorización: del ROI al IOR.

-Caso de éxito: Coca-Cola.