

# ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGER



SKU: PS1025

Horas: 60

## OBJETIVOS

- Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación on-line y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social.
- Gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios.
- Establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.

## CONTENIDO

- **Unidad 1. LAS RED1. Social media strategy.**
  - Contexto social media
  - Redes sociales más utilizadas y datos de uso: facebook, instagram, tik tok, pinterest, youtube, linkedin y snapchat.
  - ¿En qué red social es mejor publicar según tu público y tus objetivos?
  - Funciones del community manager
  - ¿Qué esperan los usuarios de las redes sociales?
  - Estrategia social media en 6. Pasos: el contenido más eficaz
  - ¿cómo sabemos si está funcionando la estrategia?
  - Tendencias 2021
- **Unidad 2. Estrategia de contenido digital.**
  - El contenido digital: la confianza que otorgan tus acciones
  - Marketing de contenidos
  - Nuevo escenario: consumidor digital y últimas estrategias
  - Plan de marketing: estrategia y táctica
  - Medios
  - Seguir mejorando

- **Unidad 3. Branding en redes sociales.**
  - Branding ¿por qué es importante potenciar mi marca?
  - Identidad corporativa
  - Comunicación
  - Las marcas más valiosas del mundo
  - Posicionamiento y territorio
  - Requisitos de una marca efectiva
  - Estrategias: la construcción de una marca
  
- **Unidad 4. Monitorización, escucha activa y herramientas de marketing digital.**
  - Conversaciones en plataformas digitales
  - Acciones en redes sociales: ¿por qué importa la escucha social?
  - ¿Cuál es el mejor momento para publicar?
  - Las mejores herramientas de escucha social: hootsuite, talkwalker, google analytics y brandwatch
  - Herramientas según la red social
  - ¿Cómo pueden las marcas amortizar estas herramientas y aumentar su valor a través de redes sociales?
  - Twitter: el mejor banco de opiniones
  - Calcular el ROI (return on investment)
  - Caso de éxito
  - Profundiza
  
- **Unidad 5. Social selling.**
  - ¿Qué es y por qué importa el social selling?
  - Estrategias y buenas prácticas
  - Caso de éxito
  - Profundiza
  
- **Unidad 6. Estrategias de inbound y outbound.**
  - Inbound: definición y conceptos
  - Por qué inbound
  - Etapas de inbound marketing
  - Herramientas inbound
  - Marketing de permiso
  - Outbound: outbound tradicional vs. Outbound 2.0
  - ¿Por qué outbound?
  - Inbound vs outbound
  - Herramientas outbound