

Facebook para empresas y emprendedores

✦ **Modalidad:** Online

🕒 **Horas:** 56 horas

👤 **A quién va dirigido:**

A emprendedores, directores, responsables y técnicos de marketing que deseen implementar en su empresa una estrategia de comunicación efectiva en Facebook, como acción integrada en el plan de marketing de la organización y totalmente alineada para la consecución de los objetivos estratégicos.

📖 **Para qué capacita este título:**

Para aprender a usar Facebook desde un punto de vista profesional, obteniendo resultados efectivos de las herramientas que esta red social pone a disposición de usuarios y marcas.

📌 **Otras características:**

- Esta actualización, con respecto a la primera edición, aporta mayor valor en cuanto a la descripción de las nuevas herramientas que Facebook ha puesto en manos de empresas y emprendedores, que permiten obtener más partido de la presencia 2.0 de la marca y potenciarla, gracias a la publicidad en el entorno de la red social. - Las redes sociales no se constituyen como una moda, sino que han construido nuevas formas de comunicación de valores corporativos que han permitido que novedosas estrategias de marketing vayan ocupando mayor espacio en la jornada laboral de los departamentos de comunicación. - Según un estudio publicado por AYTM Market Research, el 58,3 % de los consumidores establece algún tipo de relación con las empresas a través de las redes sociales, y un 10 % asegura que el contenido compartido suele influir en sus decisiones de compra, un dato revelador que nos obliga a tener en cuenta a Facebook en las acciones de marketing. - La continua evolución de las redes sociales más extendidas, como Facebook, implican cierta problemática para la adaptación y la comunicación a las mejoras introducidas, incidencias que son subsanadas a través de la incorporación a la rutina de trabajo de dosis de investigación y acciones de formación, como este libro. - Este contenido está basado en la profesionalización del uso de Facebook para expertos en comunicación y marketing, profesionales con un especial interés en llevar a cabo un uso responsable de esta eficaz herramienta de comunicación, favoreciendo la creación de un escenario para la participación, la interacción y la conversación. - También está dirigido a empresarios que quieran desarrollar estrategias de venta utilizando las últimas tendencias en el marketing.

🎯 **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:**

Social media marketing Introducción. Social media marketing. Social media engagement. Social CRM. El community manager. ¿Por qué elegir Facebook? Caso de éxito: Obermutter. 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. Creación de un grupo Registro. Personalización. Invitaciones. Preguntas prácticas. Ejercicios de autoevaluación. 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. Resumen. Glosario