

Facebook para empresas

➤ **Duración: 10 – 30 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

Social media marketing

Introducción.

Social media marketing.

Social media engagement.

Social CRM.

El community manager.

¿Por qué elegir Facebook?

Caso de éxito: Obermuttern.

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.