

## **Módulos formativos de Comunicación y Marketing en digital**

### **Redes sociales, una visión estratégica**

*Día 17 de noviembre de 2020*

*Hora de 09:30 a 13:30 horas*

**Online a través de Zoom**

#### **Descripción**

- Tener una visión general de las redes sociales más utilizadas en nuestro mercado y su potencial o usos más frecuentes en el entorno B2B industrial.
- Entender cada una de las plataformas sociales, su uso y potencial aplicación en nuestro negocio.
- Comprender las bases de una estrategia de Social Media.
- Saber cuáles son las métricas más comunes para medir los resultados de un Social Media Plan.

#### **¿Por qué es relevante?**

- Las redes sociales son un fenómeno de importancia creciente e innegable. Un entorno que cambia rápidamente, evoluciona y crece a un ritmo que puede desorientar a quien no se maneja en ellas cada día.
- Pero las bases de la comunicación online no cambian tan rápido, y los usos estratégicos de cada una de las redes sociales son muy similares a lo largo de los meses, e incluso de los años.
- Por ello, tener una visión de cuál es el encaje de cada una de las redes sociales más importantes en un plan estratégico, al margen de modas y artificios, es imprescindible para cualquier directivo hoy. Más aún si sus responsabilidades incluyen disciplinas como la comunicación o el marketing.
- Este módulo quiere aportar una mirada crítica y ágil a los usos más frecuentes de las redes más importantes en un entorno empresarial B2B.

#### **¿A quién se dirige?**

- Profesionales de la comunicación o del marketing de cualquier nivel.
- Responsables y técnicos de áreas como relaciones públicas, atención al cliente o equipos comerciales.
- Directivos de cualquier disciplina con inquietud por tener o crear una presencia online que les ayude profesionalmente.
- Community managers o personas bajo cuya responsabilidad esté la gestión de las redes sociales de la empresa.



### **Temario:**

- Redes Sociales: Introducción
  - La importancia de las Redes Sociales
  - Pautas de comunicación en las redes sociales
- Redes Sociales: Twitter
  - Usos principales de Twitter para empresas y particulares
  - Twitter y la reputación personal
  - Herramientas más importantes para el uso eficaz de Twitter
- Redes Sociales: Facebook
  - Usos principales para empresas y particulares
  - Gestionar una cuenta: perfil, página y grupo
  - Capacidad de una Fan Page en Facebook: ejemplos de contenidos
  - La importancia de la moderación del Muro en Facebook.
- Redes Sociales y multimedia: Youtube, Flickr, Pinterest, Instagram, Slideshare
  - Usos principales para empresas y particulares
  - La importancia del Universal Search y los formatos: por qué usar vídeo y fotos
  - Gestionar una cuenta: tipos de cuentas y organización de contenidos.
  - Posibilidades de Interacción y posibles KPIs
- Redes Sociales profesionales: LinkedIn
  - Usos principales para empresas y particulares
  - Como tener un buen perfil en LinkedIn
  - Como hacer contactos en LinkedIn
- Resumen de estrategia
- Establecimiento de líneas editoriales
- Medición

### **Herramientas necesarias para los participantes:**

Ordenador o tableta con tamaño de pantalla que permita videoconferencia (audio y vídeo).

Programa de videoconferencia Zoom ([www.zoom.com](http://www.zoom.com)) instalado en el ordenador o tableta. De no ser posible, Zoom permite también un acceso a través de navegador web, aunque con menores funcionalidades. En ese caso, no ideal, hará falta utilizar el navegador Chrome y tener ya creada una cuenta de usuario en Zoom.