

Módulos formativos de Comunicación y Marketing en digital

Gestión de la Reputación Online

Día 29 de octubre de 2020

Hora de 09:30 a 13:30 horas

Online a través de Zoom

Descripción

- Ser conscientes de la relevancia que pueden tener las voces críticas y las voces amigas en la conversación en el entorno online.
- Conocer herramientas que nos ayuden a detectar qué se dice de nuestra empresa en Internet.
- Describir una metodología de trabajo que nos ayude a detectar contenidos críticos, neutros o positivos; analizarlos y valorar qué respuesta cabe dar, y si es conveniente o no entrar en esa conversación.
- Estar prevenidos ante los errores de comunicación más comunes en las conversaciones en las redes sociales.

¿Por qué es relevante?

- En un entorno en el que los comentarios de los usuarios son visibles y encontrables por otros usuarios, a las empresas les urge saber cómo potenciar la voz de los prescriptores online y cómo gestionar las posibles críticas que afecten a la marca, la empresa, el producto o incluso a directivos concretos.
- Las redes sociales, los blogs, los foros y hasta los medios de comunicación online se convierten en un entorno donde las voces críticas pueden sumarse, amplificarse y generar un volumen de ruido que puede ser problemático.
- De la misma manera, las marcas se esfuerzan en conseguir que sean otras voces con prestigio quienes hablen bien de ellas: el mensaje de un líder de opinión ayudará a posicionar a la marca en positivo. ¿Cómo lograrlo?
- Ante este panorama, conviene conocer qué metodologías de trabajo nos pueden ser útiles para detectar los comentarios que nos afectan y tratarlos adecuadamente.



¿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:

- ¿Qué es la Reputación Online y por qué es importante?
- Qué es una crisis y qué NO es una crisis
- El poder de prescripción del Usuario
- Metodología básica:
 - Monitorizar y herramientas de monitorización
 - Valorar- Analizar
 - Participar y herramientas de publicación de contenidos
 - Medir resultados: Objetivos y KPIs
 - Posibles herramientas de medición
- Contenidos de un informe de monitorización
- ¿Cómo responder a las críticas?
 - Ejercicio práctico
- Inteligencia emocional en una crisis

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) 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.