

COMMUNITY MANAGER

Con este curso obtendrás herramientas que le permitan desarrollar y gestionar su comunidad online y poder diseñar un plan de marketing digital especialmente desarrollado para su emprendimiento o negocio.



DIRIGIDO A:

Personas que deseen incorporar a su empresa estas herramientas, obteniendo resultados inmediatos y medibles. Pequeños empresarios que deseen aplicar las herramientas digitales más adecuadas para su empresa.



OBJETIVO GENERAL:

Que el/la participante incorpore herramientas prácticas que le permitan desarrollar y gestionar su comunidad online y pueda diseñar un plan de marketing digital especialmente desarrollado para su PYME.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Al finalizar el curso el/la participante podrá:

- Conocer las principales herramientas digitales utilizadas en la comunicación online.
- Capacitarse en el desarrollo e implementación de estrategias de marketing digital.
- Utilizar, en base a las necesidades de cada empresa, las herramientas más adecuadas.
- Ejecutar de forma eficiente la estrategia diseñada.
- Manejar de forma adecuada las herramientas de redes sociales.
- Conocer las tendencias que afectan las comunicaciones online.
- Conocer las herramientas para poder posicionar en los primeros lugares de los buscadores de internet.
- Llevar a cabo la comercialización online.



TEMARIO:

Objetivos y uso de internet: Los objetivos empresariales y el uso de Internet como herramienta de inteligencia comercial.

- Reseña histórica.
- Productos y tendencias.
- La competencia.
- Mercados internacionales.
- Precio.
- Posicionamiento y usabilidad
- Posicionamiento.
- Importancia de los buscadores.
- Page Rank.
- Acciones que perjudican el posicionamiento.
- Acciones que mejoran el posicionamiento.
- Usabilidad.
- Contenido y estrategia online.

- Generación de contenidos.
- Credibilidad de la web.
- Presencia en internet.
- Contenidos de los blogs.
- Catálogos.
- Importancia de la comunicación.
- Correo electrónico.
- Boletines.
- Promoción en internet.
- Anuncios.
- Marketing viral.
- Adecuación de una campaña de marketing viral.
- Redes Sociales. Importancia de las redes sociales.

Facebook:

- Diferencias entre los perfiles y las páginas.
- Promoción.
- Realización de ventas dentro de Facebook.
- Publicidad en Facebook.
- Selección de los objetivos de publicidad en Facebook.

Twitter:

- Estrategia de relación con el cliente.
- Estrategia de manejo de reputación de la empresa.
- Estrategia de manejo de crisis.
- Estrategia de difusión de eventos.
- Promoción.

E-commerce:

- Venta por Internet.
- La compra en internet.
- Marketplaces.
- Tienda online.
- Nuevos medios de pago.

Whatsapp:

- Whatsapp y el marketing.
- Cuando usar Whatsapp.
- Cómo realizar campañas.
- Formatos efectivos.

Taller práctico de implementación de las herramientas elegidas para las empresas.

Redes Sociales:

- Cómo utilizar redes sociales para las PYME.
- Creación y diseño de Facebook empresarial.

- Condiciones legales para utilizar redes sociales.
- Publicidad en Facebook. Qué son y para qué sirven las páginas en Facebook.

Creación de blogs:

- Qué es un blog.
- Conceptos básicos.
- Estructura y diseño.
- Cómo se publica un blog.
- Ventajas y limitaciones de un blog.
- Creación de un blog empresarial

Boletines electrónicos:

- Para qué sirve un BE.
- Diseños más efectivos.
- Herramientas de diseño y envío.
- Cómo generar acción y ventas.
- Creación de un BE.