

#eMoCM



Curso Community Manager Emocionate - CMI Gestión

Director: Francisco Páez

Email: f.paez@cmigestion.es

Teléfono: 655800489

Web: www.cmigestion.es

Información general

En la actualidad, la mayor parte de los usuarios que se relacionan con las empresas, ya sean clientes, proveedores o prescriptores, buscan la información a través de Internet. Por lo tanto, la presencia en Internet de las empresas tenemos que considerarla desde el punto de vista estratégico.

Objetivos

El objetivo principal de este curso es proporcionar a los asistentes los conocimientos, las herramientas y las estrategias necesarias para desarrollar y mantener la estrategia de Marketing Online y Community Management de una empresa u organización.

Requisitos

Conocimientos de Internet y de ofimática a nivel de usuario.

Contenidos

- Introducción a las Redes Sociales en la empresa
- Twitter, usos, técnicas y aplicaciones
- Cómo sacar el mejor partido a Facebook
- Posicionamiento en buscadores (SEO)
- Reputación online
- Analítica Web
- Blog Marketing
- Email Marketing
- Mobile Marketing
- Campañas de Google Adwords (SEM)
- Seguridad y Protección de Datos en Internet y las Redes Sociales
- El Plan de Social Media

Materiales

Con el objetivo de aprovechar al máximo las clases prácticas es necesario disponer de ordenador portátil o Tablet con conexión a Internet.

Fechas

- 28 de mayo
- 30 de mayo
- 04 de junio
- 06 de junio
- 11 de junio
- 13 de junio
- 18 de junio
- 20 de junio
- 25 de junio
- 27 de junio
- 02 de julio
- 04 de julio

Horario

De 16 a 21h.

Programa

Introducción a las Redes Sociales - Francisco Páez (@franciscopaez)

- La Presencia en Internet
- Redes Sociales y Plataformas de Contenido
- La Identidad Online
- Objetivos
- Seleccionar los Canales Adecuados
- Escucha Activa
- Monitorizar y Analizar
- Estrategia
- Medir el Impacto

Twitter – Francisco Páez (@franciscopaez)

- Herramientas avanzadas de Twitter
- Creación y promoción de concursos en Twitter
- Uso avanzado de acortadores de URLs
- Herramientas de imágenes y video en Twitter
- Cómo hacer encuestas en Twitter
- Uso de Twitter para eventos
- Widgets sociales de Twitter
- Estrategias en Twitter para ganar seguidores
- Herramientas de Pago por Tweet
- Posicionamiento en el buscador de Twitter
- Promoción de pago en Twitter
- Casos de éxito
- Analítica Web de Twitter

Facebook – Francisco Páez (@franciscopaez)

- Que es Facebook, para qué sirve y cómo sacarle el máximo partido
- Ventajas de usarlo en las Empresas
- Tipos de perfiles en Facebook
- Herramientas con las que podemos interactuar
- Aplicaciones gratuitas para nuestra página de fans
- Cómo hacer publicidad en Facebook
- Ejemplos de campañas en Facebook
- Monitorización y análisis de resultados
- Conclusiones

Posicionamiento en buscadores – Javier Gosende (@javiergosende)

- Análisis de palabras clave avanzado
- Análisis de las distintas herramientas SEO de Ranking de posiciones
- Análisis de las distintas herramientas SEO de medición de enlaces
- Gestión de archivos sitemaps
- Uso de la herramienta Google Webmaster Tool
- SEO para portales de contenido
- SEO para tiendas online
- Uso de taxonomías para mejorar el posicionamiento en buscadores
- Uso de microformatos
- Linkbuilding: Estrategias y técnicas para obtener enlaces
- Linkbaiting: Estrategias y técnicas para convertir nuestro sitio Web en un imán de enlaces
- Cómo perfeccionar nuestra Web para la actualización de Algoritmo de Google Panda
- Posicionamiento en buscadores para blogs
- Posicionamiento en buscadores para noticias
- Posicionamiento en buscadores para móviles
- Aprovechamiento de las redes sociales para el posicionamiento en buscadores
- Analítica SEO avanzada

Reputación Online – Francisco Páez (@franciscopaez)

- Configuración de alertas para conocer nuestra reputación online
- Herramientas de pago para monitorizar la reputación online
- Herramientas gratuitas para monitorizar la reputación online
- Valoraciones de opiniones
- Análisis de la reputación online de la competencia
- Rentabilizar las notas de prensa de la empresa
- Cómo crear un gabinete de prensa 2.0
- Casos de éxito y fracaso de reputación online corporativa

Analítica Web – Roberto Ballester (@RoberBallester)

- Analítica Web para ecommerce
- Analítica Web portales de contenido
- Uso avanzado de segmentos
- Uso avanzado de filtros
- Inteligencia de Datos
- Informes personalizados
- Reportes e informes avanzados
- Cómo hacer test A/B
- Herramientas avanzadas de analítica Web

Mobile Marketing – Pablo Angelletti (@angelletti)

- Definición de Mobile Marketing
- Contexto y localización
- Penetración y tendencias de uso
- El móvil como principal pantalla de acceso
- Dispositivos y fragmentación
- Influencia y cambios en el consumidor
- Tipos de promociones y aplicaciones
- Redes sociales y acceso desde dispositivos móviles
- Campañas de email y diseño de Landing pages y newsletters optimizadas para móviles.
- Responsive Design (diseño adaptable a distintos dispositivos)
- ¿WebApp (versión optimizada para móviles) o Market App (aplicación instalable)?
- Optimización de contenidos para móviles
- Métricas y análisis de resultados

Email Marketing – Francisco Páez (@franciscopaez)

- Qué es el email marketing
- Email Publicitario vs. Newsletter
- Cómo construir bases de datos eficientes
- Cómo diseñar un efectivo email
- Personalización y segmentación
- Gestión de Autoresponders
- Análisis de programas de gestión de campañas de email marketing
- Análítica Web de campañas de email marketing
- Casos de Éxito

Blog Marketing - Javier Gosende (@javiergosende)

- El contexto. Modelos de negocio de Blogs
- Cómo integrar el blog en nuestra estrategia de redes sociales
- El Plan de lanzamiento de tu blog
- Gestores de contenido para crear blogs: WordPress y Blogger
- Plugins y funcionalidades que potencian nuestro blog
- Cómo crear una comunidad a partir de un blog
- Cómo escribir para un blog
- Convertir y medir. Análítica Web para blogs
- Plan de acción y material necesario para empezar
- Casos de Éxito de blogs

Gestión de Campañas de Google Adwords (SEM)

Francisco López (@MKOValencia)

- Qué es el Pago por Clic. Ventajas de usarlo
- Creando y gestionando una cuenta de Google Adwords
- Entendiendo el Quality Score de Google Adwords
- Investigación y análisis de palabras clave
- Diseño efectivo de anuncios patrocinados
- Monitorización y mejora de campañas
- Gestión efectiva de Landing Page
- Campañas de Anuncios contextuales
- Campañas de Anuncios gráficos, red de display de Google Adwords
- Campañas de Remarketing
- Otras plataformas de pago por clic
- Analítica Web de Campañas de Pago por Clic
- Casos de éxito

Aspectos Legales en Internet y las redes Sociales

Amedeo Maturo (@AmedeoM)

- Legislación en Internet: lo que debes hacer
- La Protección de Datos en las pequeñas y medianas empresas.
- Principios generales
- El consentimiento y el deber de información
- Cláusulas y formularios: cuáles utilizar y porqué
- La gestión interna de la seguridad de la información: el Documento de Seguridad
- La declaración de ficheros ante la Agencia Española de Protección de datos
- Las relaciones con el personal de la empresa
- Las relaciones con terceros (Encargados del Tratamiento)
- Las medidas técnicas de seguridad
- La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSICE)
- Principios y obligaciones
- Otra legislación de Interés
- La regulación legal del uso de las Redes Sociales

El Social Media Plan – Francisco Páez (@franciscopaez)

- Análisis y Definición
- Creación del Social Media Plan
- Puesta en marcha
- El día a día del Community Manager