

# CÓMO INTEGRAR LAS REDES SOCIALES EN EL PLAN DE MARKTING

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_

**PROGRAMA ESPECIALIZADO – 60 h.**

**FORMATO: Presencial**

**ÁREA: Marketing**

## OBJETIVOS

- » Entender las nuevas reglas de juego del marketing y la comunicación con clientes: el nuevo consumidor, las nuevas estrategias, los nuevos medios y las nuevas métricas.
- » Saber cómo integrar las Redes Sociales en tu organización y en tus estrategias de Gestión de Relación el Cliente y de Experiencia de cliente.
- » Conocer el perfil y las responsabilidades del nuevo Rol de Community Manager.
- » Desarrollar estrategias virales ganadoras.
- » Tener una visión amplia de las oportunidades que nos ofrecen los medios sociales en Publicidad: nuevos soportes, formatos, aplicaciones y métricas.
- » Gestionar la reputación online de la marca, la organización y directivos.
- » Las métricas más utilizadas en Social Media para medir y monitorizar inversiones y resultados de publicidad, interacciones no controladas de clientes, menciones sobre la marca.
- » La nueva publicidad a través de aplicaciones móviles.

## PROGRAMA - FASES

- » Definición y origen de las Redes Sociales.
- » Radiografía y Evolución de las Redes Sociales en el mundo y en España.
- » Nuevas profesiones web 2.0: Coolhunter, Social Media Analytics, Social Media Estrategic, Social Media Manager.
- » Nuevo usuario, nuevo consumidor: Buzz Marketing, Crowdsourcing, Crossuser, Networking, Personal, Empresarial.
- » Reputación online.
- » Analítica Social Media.
- » Utilidad del Social Media.
- » Estrategias publicitarias y de comunicación en Social Media. Social CRM, SMM.

## METODOLOGÍA

### **PRESENCIAL:**

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Responsables de Social Media. Community Managers. Responsables de e-Marketing. Responsables de Marketing Relacional. Responsables de CRM / CEM. Responsables de Contact Center. Responsables del área de Internet. Responsables de Tecnologías. Responsables de las áreas de Marketing y Comunicación. Responsables de Publicidad. Jefes de proyectos, Analistas, programadores. Responsables de comercio electrónico. Responsables y profesionales de desarrollo de negocio. Profesionales de agencias y consultoras interactivas. Gerentes de PYMES.

*\*Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*