



Promoción y negocio a través de las redes sociales

Las redes sociales pueden convertirse en un canal real de captación, comunicación y generación de negocio cuando forman parte de una estrategia bien planificada. Este curso enseña a trabajar la marca, definir acciones de marketing digital y crear comunidades capaces de generar oportunidades comerciales.

Código Acción: COMM0016

Familia profesional: Comercio y marketing

Área profesional: Marketing y relaciones públicas

Duración: 40 horas

Módulos: 3

Modalidad: Teleformación



Especialmente indicado para:

Profesionales de marketing, comunicación, ventas, pequeños negocios y personas responsables de la presencia y promoción de una empresa en redes sociales.

¿Qué mejora aporta este curso?

Profesionaliza la presencia de la empresa en redes sociales, facilita la captación de potenciales clientes y permite relacionar las acciones digitales con objetivos concretos de negocio.

Necesidades de formación que cubre:

Permite pasar de una utilización básica de las redes a una gestión estratégica basada en objetivos, públicos, contenidos, generación de leads y medición de resultados.

Objetivos:

- Diferenciar marca personal y marca corporativa.
- Construir una identidad de marca coherente.
- Elaborar un plan de marketing digital.
- Definir objetivos SMART y buyer personas.
- Utilizar SEO, SEM y redes sociales.
- Crear comunidades activas.
- Generar y cualificar leads.
- Medir y optimizar resultados.

Contenidos:

Módulo 1. Branding

- Marca personal y corporativa.
- Identidad visual.
- Manual de estilo.
- Elementos básicos de una marca.
- Producto, experiencia, percepción, nombre e icono.

Módulo 2. Plan de Marketing Digital

- Objetivos SMART.
- Buyer persona.
- Captación, engagement, conversión y fidelización.
- SEO y SEM.
- Puntos de contacto digitales.
- Herramientas de medición y automatización.
- KPI y seguimiento.

Módulo 3. Community Management y RR. PP. en plataformas digitales

- Relaciones profesionales digitales.
- Generación de comunidad.
- Comunicación persuasiva.
- Engagement.
- Leads y embudo de ventas.
- Acciones orgánicas y Paid Media.
- Medición y optimización.