

## FACEBOOK PARA EMPRESAS

Código: 6861

➤ **Modalidad:** Android

➤ **Objetivos:**

Conocer cómo se adapta la elaboración del plan de marketing tradicional a las especificaciones que comportan las redes sociales y herramientas 2.0.

Aprender la importancia en la planificación estratégica de la creación del Social Media Plan, documento indispensable antes de iniciar cualquier acción 2.0.

Conocer la importancia del eBranding como filosofía del marketing y punto de salida de nuestras acciones.

Aprender a desarrollar los diferentes perfiles que pone a nuestra disposición Facebook para desarrollar las relaciones sociales y generar conversación alrededor de mi marca.

Conocer a fondo la elaboración e implementación de las páginas y grupos desde la empresa.

Desarrollar habilidades comunicativas que permitan una implementación efectiva de Facebook en la estrategia comunicativa de la empresa.

➤ **Contenidos:**

**Entorno del Social Media**

Introducción

Social Media Marketing

Social Media Engagement

Social CRM

El community manager en la empresa

Por qué elegir Facebook?

Caso de éxito: Red Bull

**Facebook Marketing**

Introducción

eBranding

Facebook marketing

¿Perfil, grupo o página?

Caso de éxito: Hero Baby

**Las páginas**

Introducción

Crear una página paso a paso

Interfaz de Facebook

Caso de éxito: Oreo

**Aplicaciones**

Introducción

Aplicaciones

Eventos, notas y preguntas

Aplicaciones profesionales

Caso de éxito: Fuerte Hoteles

**Los grupos**

Introducción

El grupo y su creación

Consejos  
Los grupos como herramienta de RRHH  
Caso de éxito: Imagina... Crea

## **Integración con otras herramientas**

Introducción  
Twitter  
Wordpress  
SlideShare  
Marcadores sociales  
Pinterest  
YouTube  
Foursquare 1  
Caso de éxito: Real Madrid C.F.

## **Marketing para fans**

Introducción  
Inboud Marketing  
EdgeRank  
Marketing para fans  
Optimizar la interacción  
Convertir usuarios en compradores  
Caso de éxito: Old Spice

## **Plataforma publicitaria**

Introducción  
Los anuncios  
Caso de éxito: Escuela de diseño IED Madrid

## **Métricas y monitorización**

Introducción  
Key Performance Indicators  
Facebook Insight  
Monitorización: del ROI al IOR  
Caso práctico: Coca-Cola