

Gestión Estratégica de Redes Sociales

Objetivo

El presente programa tiene como objetivo desarrollar la dinámica de funcionamiento de las redes sociales para que sean incorporadas a las estrategias de comunicación y marketing digital de las empresas. La importancia de las redes sociales las convierte hoy en día en uno de los canales más eficientes y necesarios para el despliegue de propuestas comerciales y de gestión de relaciones con los clientes, por cuanto incorporarlas al funcionamiento de ventas de la empresa es una decisión clave.

Metodología

El curso se desarrolla en 3 encuentros de 3 horas cada uno a través de plataforma virtual.

Contenidos

Módulo I: Marketing digital, funcionamiento y planificación. Modelos de trabajo y aplicaciones. Objetivos: posicionarse, vender, atención al cliente y fidelización. Ecosistema digital en la empresa. La importancia de las redes sociales.

Módulo II: Redes sociales: cómo funcionan? Porque debemos estar? Múltiples objetivos comerciales a bajo costo. Etapas de la estrategia digital. De la impresión a la conversión. Google, Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok. Funcionamiento y métricas. Mejores opciones. Recursos para optimizar el canal. Objetivos estratégicos de cada canal. Landing Pages y base de datos. E.Mail Marketing y los Newsletters. Start Up. Establecer las métricas coherentes. Planificación y Estrategia: diferenciar objetivos de efectos.

Módulo III: Producción de contenidos. Contar y mostrar historias. Como desarrollar una marca en las redes sociales. Lograr engagement. Formatos: advergaming, trivias, newsjacking, storytelling, promociones. Viralización. Ventas digitales. Casos de estudio: SEO y SEM. El crecimiento del e.Commerce: sectores de mayor desarrollo y potencialidades.

Docentes

Lic. Adrián Arroyo

Adrián Arroyo, Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Doctorando en Ciencias Sociales, Docente de Grado y Posgrado en Univ. Nacional de la Matanza, Univ. de Belgrano, Univ. Nac. de Lomas de Zamora y Univ. Casa Grande de Guayaquil. Posgraduado en Investigación de Mercados, Comunicación Organizacional y Pensamiento Complejo. Consultor de Empresas y Asociado de MilleniumGroup Communications.