






REDES SOCIALES - COMMUNITY MANAGEMENT Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES



	ONLINE		
	Duración: 50 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 50 H
	Familia: INFORMÁTICA Área: NO PRL		
	Dirigido a: - Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presente o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento		
	Objetivos: Redes Sociales La importancia de trabajar con las redes sociales para hacer un buen trabajo de marketing digital se hace patente a medida que se avanza en tecnología y en las aplicaciones que mejoran sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa y productos o servicios, etc. Con este curso alcanzará los siguientes objetivos: ¿ Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial. ¿ Administrar el contenido. ¿ Aumentar la presencia en los distintos canales. ¿ Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. ¿ Aplicar el marketing viral. ¿ Características principales que debe cumplir un Community Manager. Fidelización de clientes ¿ Conocer las características del usuario. ¿ Comprender y diferenciar las distintas tipologías de cliente. ¿ Comprender la importancia que tiene en la actualidad la atención al cliente. ¿ Saber identificar y aplicar técnicas de fidelización de clientes. ¿ Reconocer y comprender la importancia de los programas de fidelización de clientes. ¿ Saber por qué se pierde a los clientes y las técnicas a utilizar para recuperarlos. ¿ Conocer los procesos de comunicación que se producen en la atención a clientes. ¿ Conocer los diferentes tipos de clientes. ¿ Diferenciar escucha activa y escucha activa ¿escrita¿ ¿ Conocer los canales de comunicación y los mensajes en la comunicación. ¿ Reconocer tipo de situaciones y qué habilidades debemos adquirir para gestionarlos favorablemente. ¿ Obtener pautas eficaces para enfrentarse a situaciones conflictivas con clientes. ¿ Resolver conflictos e incidencias para satisfacer las necesidades de los clientes. ¿ Conocer las características y comportamientos de diferentes tipos de clientes. ¿ Identificar las situaciones conflictivas a fin de prestar un servicio de atención al cliente de calidad.		



Metodología:

Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumn@ interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.



Contenidos:

- 1 Las redes sociales y su clasificación Conceptos generales
 - 1.1 Marketing Digital o Marketing Online
 - 1.2 Qué son las redes sociales
 - 1.3 Tipos de redes sociales
 - 1.4 Cuestionario: Las redes sociales y su clasificación
- 2 Organización del trabajo en redes sociales
 - 2.1 Introducción a organización
 - 2.2 Planificación de medios Online
 - 2.3 Definir el objetivo
 - 2.4 Audiencia - Conocer el público a quién va dirigido su estrategia
 - 2.5 Crear compromiso Engagement
 - 2.6 Selección de canales y plataformas
 - 2.7 Presupuesto
 - 2.8 Calendario de la Campana
 - 2.9 Segmentación
 - 2.10 Cuidar el contenido
 - 2.11 Programación de publicaciones
 - 2.12 Herramientas Social Media
 - 2.13 Cumplimientos de normativa
 - 2.14 Cuestionario: Organización del trabajo en redes sociales
- 3 Parámetros para el análisis de una estrategia
 - 3.1 Marketing viral
 - 3.2 Medir el resultado
 - 3.3 Alcance
 - 3.4 Engagement
 - 3.5 Compartir
 - 3.6 Tráfico Web o CTR
 - 3.7 Generación de leads y conversiones
 - 3.8 Share of Voice o Escucha social
 - 3.9 ROI Return Of Investment
 - 3.10 Cuestionario: Parámetros para el análisis de una estrategia
- 4 Facebook
 - 4.1 Introducción a Facebook
 - 4.2 Características de una cuenta de Página
 - 4.3 Consideraciones generales
 - 4.4 Funciones importantes
 - 4.5 Opciones de configuración
 - 4.6 Estadísticas
 - 4.7 Conseguir seguidores
 - 4.8 Cuestionario: Facebook
- 5 Instagram
 - 5.1 Conceptos generales
 - 5.2 Entorno de Instagram
 - 5.3 Publicar contenido
 - 5.4 Los contenidos de Instagram
 - 5.5 Publicidad
 - 5.6 Análisis

- 5.7 Cuestionario: Instagram
- 6 X - Antiguo Twitter
- 6.1 Introducción a X
- 6.2 El perfil de X
- 6.3 Nomenclatura
- 6.4 Interface
- 6.5 Funcionamiento
- 6.6 Suscripciones
- 6.7 Cuestionario: X
- 7 TikTok
- 7.1 Introducción a TikTok
- 7.2 Navegar por la interface de TikTok
- 7.3 Interactuar con otros usuarios
- 7.4 Grabar y publicar
- 7.5 Estadísticas
- 7.6 Cuestionario: TikTok
- 8 YouTube
- 8.1 Introducción a Youtube
- 8.2 Los canales de Youtube
- 8.3 Subir
- 8.4 Viralizar
- 8.5 Promover su audiencia
- 8.6 Publicidad
- 8.7 Análisis
- 8.8 Cuestionario: YouTube
- 9 Pinterest
- 9.1 Introducción a Pinterest
- 9.2 Funcionamiento
- 9.3 Cuidar el contenido
- 9.4 Pinterest Ads
- 9.5 Pinterest Analytics
- 9.6 Usos Pinterest
- 9.7 Cuestionario: Pinterest
- 10 Otras formas de comunicación en línea
- 10.1 Alternativas de mensajería instantánea WhatsApp y Telegram
- 10.2 SnapChat
- 10.3 LinkedIn
- 10.4 Cuestionario: Otras formas de comunicación en línea
- 11 Influencer
- 11.1 Los influencers como estrategia de marketing
- 11.2 Marketing de influencers
- 11.3 Elección de influencer
- 11.4 Cuestionario: Influencer
- 12 Big Data
- 12.1 El Big Data y el Marketing Digital
- 12.2 Operar con las etapas del proceso de compra
- 12.3 Fases en un proyecto de Big Data
- 12.4 Posicionamiento SEO
- 12.5 Analizar la información cuantitativa
- 12.6 Analizar la información cualitativa
- 12.7 Cuestionario: Big Data
- 13 Community manager
- 13.1 Introducción a Community Manager
- 13.2 Social Media Manager
- 13.3 Perfil y funciones específicas del Social Media Manager
- 13.4 Community Manager
- 13.5 Perfil y funciones específicas del Community Manager

13.6 Cuestionario: Community manager
13.7 Cuestionario: Cuestionario final