MARKETING EN LINKEDIN. MARKETING A TRAVÉS DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES

SKU: EVOL-6727-iyC-B-1-1-1 | **Categorías:** INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES, Redes Sociales

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	15
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Usar apropiadamente *LinkedIn* para conseguir mejores resultados, a través del uso diario y del *marketing* en esta red social, para la empresa.
- Realizar un uso de *LinkedIn* eficaz para ampliar la clientela del negocio y la red de contactos profesionales.
- Diseñar una estrategia general de *marketing* de contenidos para potenciar la imagen de la empresa en *LinkedIn.*
- Aplicar una estrategia de *marketing* de contenidos en *LinkedIn.*
- Realizar acciones complementarias de *marketing* en *LinkedIn* para conseguir que la estrategia de una empresa en esta red social tenga éxito.
- Implementar técnicas de análisis de rendimiento de las campañas de *marketing* en *LinkedIn,* con la finalidad de conocer y mejorar, si es preciso, el retorno de la inversión realizada en estas campañas.

Contenidos

Conoce mejor cómo funciona *LinkedIn*
Introducción.
Introducción a *LinkedIn* en el ámbito empresarial.
Cómo crear una cuenta en *LinkedIn.*
LinkedIn te ayuda a impulsar tu negocio.
Cómo crear una página de empresa en *LinkedIn.*
Cómo escribir un mensaje en una página de empresa en *LinkedIn.*
Casos de éxito
Daimler.
Comunycarse.
Greenpeace.
Resumen.

Diseña tu estrategia en *LinkedIn*
Introducción.
Desarrolla los objetivos de tu estrategia.
¿A quién debes dirigir tus mensajes?
Cómo encontrar contactos.
Determina tu público objetivo.
Los grupos de *LinkedIn.*
Búsqueda de grupos por palabra clave o nombre.
Resumen
.
Construye tu plan de *LinkedIn*
Introducción.
Objetivos
El plan de contenidos: clave para el logro de objetivos.
Campañas de *marketing* en *LinkedIn.*
Campaña de *marketing* gratuita.
Campaña de *marketing* a través de *LinkedIn Ads.*
Resumen.

Parte operativa. Contenidos
Introducción.
Aplicación de la estrategia.
Cómo y cuándo generar contenido en *LinkedIn.*
Qué contenido publicar en *LinkedIn.*
La participación en grupos de *LinkedIn.*
Potencia tu red creando un grupo de *LinkedIn.*
Resumen.

Implementa tu plan con las mejores prácticas
Introducción.
Buenas prácticas para conseguir éxito.
Malas prácticas que hay que evitar.
Índice SSI: qué es y cómo medirlo.
Gestión de crisis de reputación.
Resumen.

Seguimiento y ajuste
Introducción.
Mide y calcula el ROI
KPI que te ayudarán a medir tu ROI en *LinkedIn.*
Cómo calcular el ROI de tu marca en *LinkedIn.*
Herramientas de análisis de métricas relevantes.
Google Analytics.
LinkedIn Conversion Tracking.

Ajustes para incrementar el ROI.
Resumen.