

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



20 horas



Familia:

Informática

 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

UNIDAD 1. 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.

UNIDAD 2. 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

. UNIDAD 3. 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.

UNIDAD 4. 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.

UNIDAD 5. 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.

UNIDAD 6. 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.