

Facebook para empresas (30h)

AF: 32135

OBJETIVO

A través de esta acción formativa, el alumno conocerá qué es Facebook y porqué elegirla frente a otras Redes Sociales, los conceptos necesarios para saber cómo definir y crear audiencia en Facebook, y cómo enganchar a nuestros seguidores, al igual que conocerá las técnicas y estrategias de marketing y cómo optimizar nuestra página para orientarla a obtener los mejores resultados.

Introducir al alumno en Marketing Digital y Social Media.

Conocer las diferencias entre páginas, grupos y perfiles de Facebook.

Crear su propia página de Facebook.

En definitiva, conocer distintas herramientas y estrategias que podemos utilizar para aumentar nuestra audiencia.

ÍNDICE

UNIDAD 1: CONCEPTOS Y LA IMPORTANCIA DE FACEBOOK PARA LAS EMPRESAS PROFESIONALES

Introducción

Mapa Conceptual

1.1. Vocabulario

1.2. Qué podemos conseguir con Facebook y ventajas en comparación con otras redes sociales

1.2.1. Facebook y otras Redes Sociales

Resumen

UNIDAD 2: PERFILES Y PÁGINAS

Introducción

Mapa Conceptual

2.1. Creación y configuración de un perfil

2.2. Creación y configuración de una página

2.3. Cómo cambiar de un perfil a una página

2.4. Publicar como una página

2.5. Administración y configuración de tu página

2.5.1. Configuración de la página y herramientas de administrador

2.6. Archivo multimedia: El lenguaje de Facebook

Resumen

UNIDAD 3: PUBLICACIONES Y AUDIENCIA

Introducción

Mapa Conceptual

3.1. Cómo programar publicaciones

3.2. Cómo destacar publicaciones

3.3. Cómo definir y crear tu audiencia

3.4. Cómo enganchar a tu audiencia

Resumen

UNIDAD 4: TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS

Introducción

Mapa Conceptual

4.1. Problemas que presenta como herramienta de marketing

4.2. Cómo optimizar tu página orientada a resultados: convertir fans en clientes (anunciar)

4.2.1. Buscando nuestro cliente objetivo

4.2.2. Creando la página perfecta

4.2.2.1. Marketing Directo vs Marketing de Atracción

4.2.2.2. Contenido de una entrada

4.3. Archivo multimedia: Claves para crear tu post

Resumen

UNIDAD 5: HERRAMIENTAS PARA TENER ÉXITO EN FACEBOOK

Introducción

Mapa Conceptual

5.1. Blueprint: Programa de capacitación para anunciantes

5.1.1. ¿Para qué sirve Blueprint?

5.1.2. Pasos a seguir

5.2. Sección de educación para pequeñas empresas y nuevos anunciantes

5.3. El Administrador Comercial

5.4. El Power Editor

5.5. Estadísticas

Resumen

UNIDAD 6: FACEBOOK COMO PARTE DE LAS ACCIONES DEL COMMUNITY MANAGER

Introducción

Mapa Conceptual

6.1. Facebook y el Community Manager

6.1.1. ¿Cómo conseguimos potenciar el alcance?

6.2. Importación de fuentes: RSS

6.3. Publicación automática de otras fuentes RSS

6.4. Facebook y Twitter. Sincronización y automatización

Resumen