



La figura del Community Manager en el ámbito empresarial es totalmente nueva y novedosa en el tiempo, por lo que está poco analizada, y es prácticamente desconocida, lo que conlleva que esté poco desarrollada. El Community Manager o Responsable de Comunidad, es la persona encargada de crear, gestionar y dinamizar una Comunidad de usuarios en Internet con independencia de la plataforma que empleen. En este curso, se trata en profundidad cuáles son las funciones y habilidades que ejerce el Community Manager, así como las herramientas de que dispone para realizar su trabajo de forma eficaz.

Duración:

15 Horas

Objetivos:

- Comprender e interiorizar cuáles son las funciones del Community Manager.
- Aprender a generar un plan de medios social y cómo gestionar adecuadamente una comunidad online en facebook y Twitter.
- Manejar las herramientas de medición disponibles.
- Estudiar y conocer las campañas de otras empresas en medios sociales.
- Aprender a gestionar comunidades online en Facebook y Twitter.
- Conocer y desarrollar estrategias para la gestión de la reputación online.

Contenido

UNIDAD 1: EL COMMUNITY MANAGER

- Los perfiles profesionales del marketing 2.0
- Definición de Community Manager
- Perfil del Community Manager
- Funciones y Tareas del Community Manager
- ¿Toda empresa necesita un community manager?
- Funciones Específicas
- Tareas Específicas
- Las 7 "C" del Community Management
- Posicionar al Community Manager en la Empresa
- Habilidades y Actitudes del Community Manager
- Perfil del Community Manager
- Responsabilidades Principales del CM
- El papel del Community Manager en la Empresa
- ¿Qué debe saber un Community Manager sobre la marca?
- Escuchar al cliente
- Conocer a la competencia
- Responsabilidades y Objetivos del Community Manager
- Autopráctica: Habilidades de un Community Manager
- Autopráctica: Funciones de un Community Manager

UNIDAD 2: EL PLAN DE MEDIOS SOCIAL

- "¿Para qué necesita nuestra empresa estar en Internet?"
- El Plan de Medios Sociales
- Medición de Resultados de un Social Media Plan
- Estrategias de Social Media
- Campañas en Medios Sociales
- Autopráctica: Desarrollo del Plan de Medios Social
- Autopráctica: Análisis de un Plan de Medios Sociales

UNIDAD 3: GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES

- Perfiles de Usuarios
- Tipos de Comunidades
- Relación entre Community Manager y Facebook
- Configurando Nuestra Página
- Llegar al público
- Comunicar a Quienes "les gustamos"
- Nuestra Personalidad
- Crear contenido para Facebook
- Malas prácticas para generar contenido en Facebook
- Nielsen, Facebook y el Valor Publicitario de la Presencia en Facebook
- Herramientas para crear y organizar contenido en Redes Sociales
- Claves para Conseguir Fans
- Autopráctica
- Community Manager y Twitter
- Acciones en Twitter
- Cuentas y Perfiles de Empresa en Twitter
- Herramientas de Gestión de Twitter
- Herramientas de Seguimiento de Actividad en Twitter
- Seguidores y Contenidos en Twitter
- Crear contenido para Twitter
- Buenas prácticas en Twitter
- Malas prácticas en Twitter
- Herramientas Esenciales del Community Manager
- Herramientas Avanzadas del Community Manager
- Bancos de imágenes
- Alertas de mención
- Administradores de múltiples perfiles en redes sociales
- Herramientas analíticas
- Trabajo en equipo
- Consejos para resolver crisis en redes sociales
- Pautas para crear concursos en redes sociales
- Organización interna de un concurso
- Recomendaciones para preparar un concurso en una red social
- Autopráctica: Análisis de una Página de Facebook

UNIDAD 4: ANALÍTICA SOCIAL Y ESTRATEGIA

- Analítica Social y Estrategia
- Analítica Social y Estrategia: Objetivos
- Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales
- Medir la Actividad de mi Red Social
- La Gestión de la Reputación Online y e-branding
- Autopráctica: Análisis de la actividad de un CM
- IOR: Impact of Relationship
- Cómo presentar el resultado de nuestro trabajo como Community Managers
- Qué evitar en un informe sobre nuestra actividad como Community Managers
- Lograr un buen informe sobre nuestra actividad como Community Managers
- Autopráctica: Análisis de una medición de Social Media