

Están hablando de sus productos, ¿lo está escuchando?

Las redes sociales han creado nuevos e inmensos espacios de **mercados reales** inundados de conversaciones. Entender cómo funcionan y tener una presencia controlada **le ayudará a mejorar los resultados de su empresa** y a no perder cuota de mercado frente a los que ya están dando el paso.

Los medios sociales también han cambiado la comunicación empresarial. **La publicidad tradicional ha perdido mucho peso** a favor de la recomendación y a la reputación de la marca. La publicidad (comunicación directa y sin interacción) ya no es suficiente.

Todos estos conceptos definen una **nueva forma de gestionar mercados** y una nueva función en la empresa, la del **community manager**, que será uno de los objetivos del programa que le presentamos. Un programa práctico en el que podrá elaborar su propio plan en **social media** y organizar sus recursos para llevarlo a la práctica en su empresa.

Empresa, redes sociales y community manager

Su estrategia para social media en 8 pasos

Objetivo

Iniciar a las personas que dirigen empresas, personas o clientes en la gestión de los mercados a través de los medios sociales como vía de comercialización, fidelización y refuerzo de la marca y, por tanto, de la empresa.

Aprender a crear y gestionar estrategias con las nuevas herramientas de social media, establecer objetivos y medir los resultados.

Dirigido a

Especialmente a directores comerciales, de marketing o de producto, además de directores generales y gerentes.

En general, a todos aquellos que quieran incorporar a la gestión del producto, el cliente o la marca, la línea social para reforzar y renovar las ventas o su cartera de clientes.

Información general

Fechas: lunes 9, 16, 23 y martes 31 de mayo
Lugar: Sede Central Ayesa Sevilla, Marie Curie 2-Isla de la Cartuja
Sesiones de 10 a 14:00 y de 15:30 a 19:30 horas (32 h.)

Precio: 790 euros*
contacto: socialmedia@ipe-hn.com

*15% de descuento para inscripciones anteriores al 22 de abril

En menos de 4 años hemos pasado de una comunicación directa con el cliente real o potencial, a una revolución donde la publicidad o la crítica de nuestros productos la realizan los propios usuarios. Y queda escrita. Esta revolución la iniciaron los blogs, y ahora está instalada en los social media. ¿Los conoce?

La publicidad tradicional no ha muerto, pero ha quedado relegada a un segundo plano. Ahora son los medios los que transmiten las buenas y las malas experiencias.



Blogs



Contenido y claustro de profesores

1 Internet 2.0. y los social media: presencia, estrategia y escucha activa.

- Internet 2.0: la nueva relación con los mercados
- Gestionar contenidos, personas y conversaciones
- Conceptos básicos de estrategia en la web

2 Taller de iniciación: plataformas socialmedia

- Práctica sobre las principales redes sociales
- Estrategias para fidelizar clientes: *engagement*
- Casos de éxito

3 Los medios sociales. Están hablando de sus productos ¿lo escucha?

- La comunicación en la empresa a través de la web 2.0
- Estrategia empresarial y estrategia en redes sociales
- Escucha y participación

4 Taller de comunicación

- Práctica comunicación empresarial en la web 2.0
- Nociones de estrategia en redes sociales

5 Marketing 2.0: Gestión de conversaciones, clientes y mercados

- El perfil del community manager en la empresa
- Primeros pasos para crear campañas en social media
- Casos de éxito

6 Taller de marketing: Campañas profesionales en los social media

- Facebook, Tuenti, Twitter, LinkedIn, Youtube.
- La coordinación de recursos y medios

7 Estrategia y planificación en social media

- Cómo planificar y fijar objetivos
- Cómo medir los resultados y el retorno de la inversión
- Medida y gestión de la reputación on line

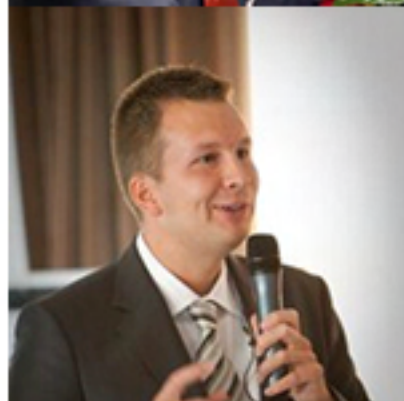
8 Taller de análisis: Medida de los resultados

- Cómo medir los resultados y el retorno de la inversión
- Casos prácticos
- Práctica global



Patricio Sánchez

- CEO en nuevourbanismo.es
- Asesor académico en IPE
- Experiencia
- Director de redpública consultores
- Director de Sistemas de Información en IPE
- Director académico en IPE



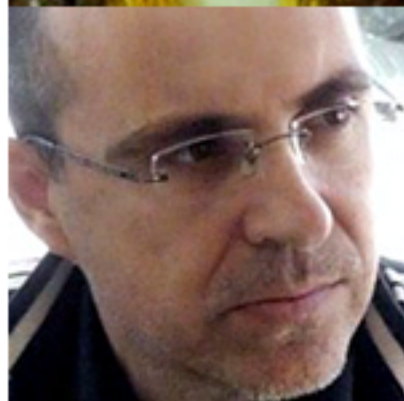
Lasse Rouhiainen

- Consultor en Vídeo marketing y Social Media
- Creador de *promocionweb20.com*
- Co autor del libro "La web de empresa 2.0"
- Experiencia
- Licenciado en Marketing y Comercio internacional. Universidad de Ciencias Aplicadas de Haaga Helia en Helsinki



Camino García Murillo

- Socia-Consultora de Aidcon Consulting
- Abogada especialista en protección de datos y derecho de nuevas tecnologías
- Experiencia
- Directora de Proyectos Aselex Tecnología.
- Coordinadora Área Consultoría- Ibérica Sur Abogados



Alfonso Alcántara

- Asesor del Consejero de Empleo
- SocialMedia Manager del Servicio Andaluz de Empleo (SAE) en Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía
- Consultoría y coaching en empleo 2.0, RRHH, reputación online, redes sociales y emprendedores en Yoriento.com



Fco. Javier Melero

- Fundador de TFSC ****The Fresh Social Consulting****
- Consultor externo de Social Media Strategist
- Experiencia
- Brand Monitoring and Social Media Manager Consultant en Nielsen Online
- Consultor especialista en Marketing multimedia y Marketing

Empresa, redes sociales y community manager



Hoja de Inscripción

Información básica

Matrícula: 790 euros

Fechas: Lunes 9, 16, 23 y martes 31 de mayo

Horario: lunes de 10:00 a 14:00 y de 15:30 a 19:30 h.

Lugar: Sede Central de Ayesa, Sevilla

Marie Curie 2, Isla de la Cartuja

DATOS DEL ALUMNO/A

Nombre del alumno/a

Apellidos

Fecha de nacimiento

DATOS DE FACTURACIÓN

Nombre / razón social

N.I.F / C.I.F

Domicilio

CP

Localidad

Provincia

Teléfono

Fax

E-mail

Persona de contacto

FORMA DE PAGO

NÚMERO DE CUENTA:

Titular de la cuenta

Seleccione la casilla adecuada, en caso de corresponder a alguna de ellas:

Antiguo alumno de IPE

Miembro asociación de Alumnos de IPE

Mandar esta hoja debidamente cumplimentada al número de fax: 902 876 520, a la atención del Departamento de Administración

Se autoriza al Instituto de Práctica Empresarial a utilizar los datos que figuran en esta solicitud de reserva de plaza, con las condiciones y limitaciones impuestas por la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal