

PROGRAMA FORMATIVO

Marketing en LinkedIn. Marketing a través de las principales Redes Sociales - contenido online

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.