



**AFE**

área de formación y estudios

**ÁREA DE FORMACIÓN Y ESTUDIOS S.L.**

**Avda. Reina Victoria, 56 1º C**

**28003 MADRID**

**CIF: B-81137853**

**CURSO:** MARKETING EN REDES SOCIALES, BUSCADORES Y BLOG.

**GRATUITO**

**DURACIÓN:** 15 HORAS

**FECHAS DE IMPARTICIÓN:** 23 y 24 de Septiembre 2013

**HORARIO:** 9:30 a 14:00 y 15:00 a 18:00

### **RÉGIMEN EN ALOJAMIENTO Y PENSIÓN COMPLETA**

**Localidad de impartición: PALENCIA**

CURSO DIRIGIDO A EMPLEADOS, AUTÓNOMOS Y DESEMPLEADOS DE CASTILLA Y LEÓN  
RELACIONADOS CON EL SECTOR DEL TURISMO

### **OBJETIVO:**

- Conocer los nuevos canales de comunicación y aprender las claves para el desarrollo de estrategias de marketing social en la red a través de redes sociales.
- Entender y manejar el concepto de buscadores y su funcionamiento. Qué es el posicionamiento en buscadores.
- Cómo crear un blog para la comunicación con el cliente.

### **CONTENIDOS:**

#### **1. Marketing de red: Estrategia de canales**

- Estrategia de canales
- Gestión de canales.
  - Canales directos.
  - Canales indirectos.
  - Nuevos canales.
- Los canales en un entorno 2.0
- Herramientas 2.0
  - Blogs.
  - Redes sociales/foros/comunidades.
  - RSS.
  - Vídeos.
  - Otras.
- Estrategia de clientes
- Clientes 2.0
- Puesta en marcha de la estrategia
  - Analizar y diagnosticar:
  - Diseñar:
  - Implantar



área de formación y estudios

**ÁREA DE FORMACIÓN Y ESTUDIOS S.L.**

*Avda. Reina Victoria, 56 1º C*

**28003 MADRID**

**CIF: B-81137853**

## **2. Búsqueda de un posicionamiento en la Red**

- Buscadores. Concepto
- ¿Es importante estar en buscadores?
- Marketing de buscadores: posicionamiento SEO
- Marketing de buscadores: posicionamiento SEM
- Preguntando a Google sobre nuestro posicionamiento
- Factores internos (on page) y factores externos (off page) de un buen posicionamiento
- Gestionar la reputación online (ORM)

## **3. Creación de un Blog para la Comunicación con el Cliente**

- La comunicación online. Múltiples posibilidades:
- Los blogs corporativos
  - Características principales de los blogs corporativos
  - Externos.
  - Internos

Blog corporativos externos. Elaboración y manejo

Relacional

Producto (Ventas y marketing):

Atención al cliente.

Blogs de eventos:

Beneficios de un blog corporativo

Comunicación

Reputación online

Mejorar el posicionamiento Web de la empresa

Recursos humanos

Ventas

Comunicación

Riesgos en la gestión de blogs corporativos

No definir el objetivo del blog

No definir los contenidos del blog y la periodicidad

No tener un blog atractivo

No actualizar el contenido

No responder a los comentarios

No leer y comentar en otros blogs

No facilitar el seguimiento y el redireccionamiento

## **DESARROLLO ACTIVIDADES PRÁCTICAS**

Diseñar una estrategia de marketing de red utilizando los canales y herramientas adecuados.

Identificar los aspectos claves de un sitio Web, internos y externos, para mejorar su posicionamiento.

Configura y diseña un blog, para llevar a cabo la comunicación con el cliente.