

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Comprender la importancia del community manager en una empresa. Conocer las principales redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, etc. Conocer las herramientas de monitorización de redes sociales. Determinar las diferencias entre community manager y social media manager. Profundizar en las tareas del community manager. Familiarizarse con los conceptos de SEO y SEM. Conocer las fases de la experiencia del cliente. Analizar las diferentes técnicas del marketing para atraer al buyer persona. Conocer en profundidad al customer journey. Saber describir a nuestro buyer persona. Determinar las diferencias entre el marketing tradicional y el marketing online. Familiarizarse con los tipos de comercio electrónico. Conocer los diferentes medios de pago y plataforma. Entender los sistemas de pago. "

CONTENIDOS

UD 1. SOCIAL MEDIA STRATEGY

1.1. ¿QUÉ ES EL COMMUNITY MANAGER?

- 1.1.1. Nacimiento de las redes sociales
- 1.1.2. ¿Qué es un community manager?
- 1.1.3. Perfil profesional del community manager

1.2. TAREAS Y FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER

- 1.2.1. Redes sociales
- 1.2.2. Introducción al SEO

1.3. METAS DEL COMMUNITY MANAGER

1.4. HABILIDADES Y APTITUDES EN LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES

1.5. CASOS DE ÉXITO EN GESTIÓN DE REDES SOCIALES

UD 2. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA

2.1. INTRODUCCIÓN AL CUSTOMER JOURNEY

- 2.1.1. Qué son los "Touchpoints" o puntos de contacto con un cliente

2.2. FASES DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

2.3. PROPUESTAS DE MEJORA

2.4. HERRAMIENTAS PARA CREAR UN CUSTOMER JOURNEY

- 2.4.1. Herramientas para crear un Customer Journey

2.5. TENDENCIAS

2.6. INTRODUCCIÓN AL BUYER PERSONA

2.7. CÓMO CREAR NUESTRO BUYER PERSONA

2.8. HERRAMIENTAS

UD 3. ECOMMERCE Y MEDIOS DE PAGO ONLINE

3.1. CONCEPTO

3.2. MODELOS DE NEGOCIO EN LA RED

3.3. VENTAJAS E INCONVENIENTES FRENTE AL MERCADO TRADICIONAL

- 3.3.1. ¿Qué es el marketing digital? Breve historia y evolución
- 3.3.2. Del marketing tradicional a la era del marketing digital

3.4. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

.5. RELACIÓN CON CLIENTE-PROVEEDOR

6. EL PROCESO DE COMPRA

3.7. COMERCIO ELECTRÓNICO SEGÚN EL MEDIO UTILIZADO

3.8. INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE PAGO

3.9. DATOS

3.10. AGENTES

3.11. SISTEMAS DE PAGO