

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

" Conocer la historia y el origen de Instagram. Aprender a crear una cuenta de Instagram y una marca empresarial o personal, y saber definir correctamente sus objetivos. Conocer y analizar la audiencia con los datos que ofrece Instagram. Descubrir las diferentes herramientas de esta app para potenciar las interacciones con la audiencia. Conocer los diferentes tipos de contenido que pueden publicarse en Instagram. Aprender a adaptar los tamaños de las publicaciones. Conocer el funcionamiento del algoritmo de Instagram como forma de posicionar el contenido. Aprender a subir vídeos a IGTV o reels y a hacer directos. Saber cómo analizar las reacciones del público de la cuenta a través de las herramientas de Instagram. Aprender a incrementar los seguidores. Mantener una lista sólida de seguidores. Conocer aplicaciones diseñadas para aquellos seguidores que han dejado de serlo. Realizar sorteos y colaboraciones con el objetivo de alcanzar nuevos seguidores. Conocer las promociones, anuncios, cómo funciona Instagram Ads y cuáles son las mejores estrategias de marketing en Instagram para tener éxito. Estudiar la figura del influencer y aprender cómo este destaca e influye actualmente en la sociedad y en las redes sociales. Aprender cómo funcionan las colaboraciones entre la marca y el influencer. Conocer los distintos tipos de colaboraciones. Conocer qué es el engagement y aprender a medirlo en Instagram. Saber qué es un plan ante crisis y aprender a afrontarlo enfocándolo en las redes sociales. Manejar algunas herramientas claves de marketing usadas en Instagram para mejorar el día a día. Aprender a utilizar herramientas de edición de fotografías y vídeos que aporten y potencien la creatividad y presencia de marca en Instagram. Trabajar en el entorno de trabajo de algunos bancos de imágenes como recursos adicionales para el uso en Instagram. "

CONTENIDOS

" UNIDAD 1. INSTAGRAM EMPRESARIAL 1.1. ¿QUÉ ES INSTAGRAM? 1.1.1. DESCRIPCIÓN 1.1.2. ORIGEN 1.2. INICIAR UN PLAN EMPRESARIAL EN INSTAGRAM 1.2.1. CREA UNA CUENTA 1.2.2. DEFINIR LOS OBJETIVOS Y LA MARCA PERSONAL 1.2.3. DEFINIR LA AUDIENCIA 1.3. ¿CÓMO OPTIMIZAR EL PERFIL? 1.3.1. DECIDIR EL NOMBRE Y LA FOTO DE PERFIL 1.3.2. ELABORAR UNA BUENA DESCRIPCIÓN 1.3.3. SEÑALAR EL NICHOS PROFESIONAL Y LA PÁGINA WEB 1.3.4. AÑADIR INFORMACIÓN DE CONTACTO 1.3.5. USAR LOS BOTONES DE LLAMADA A LA ACCIÓN 1.3.6. PUBLICAR A LA HORA CORRECTA UNIDAD 2. TIPOS DE PUBLICACIONES 2.1. POST 2.1.1. CONTENIDO 2.1.2. HACER DESCRIPCIONES GENIALES 2.1.3. TAMAÑO 2.1.4. FEED 2.1.3.1 Tipos de feed 2.1.5. PSICOLOGÍA DEL COLOR 2.1.6. USA HASHTAG 2.1.7. OFRECER FEEDBACK 2.2. STORIES 2.2.1. STORIES 24 H 2.2.2. STORIES DESTACADAS 2.3. IGTV 2.4. REELS 2.5. DIRECTOS, LIVE O INSTAGRAM LIVE UNIDAD 3. FOLLOWERS 3.1. ¿CÓMO INCREMENTAR EL NÚMERO DE SEGUIDORES? 3.2. CÓMO MANTENER UNA LISTA DE SEGUIDORES SÓLIDA 3.3. COLABORACIONES, SORTEOS Y PROMOCIONES PARA CONSEGUIR NUEVOS SEGUIDORES 3.4. APLICACIONES PARA DEJAR DE SEGUIR A TUS UNFOLLOWERS 3.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING UNIDAD 4. INFLUENCERS 4.1. QUÉ ES UN INFLUENCER 4.1.1. CÓMO SER INFLUENCER 4.1.2. CONSEJOS PARA SER UN INFLUENCER 4.2. COLABORACIONES 4.2.1. COLABORACIONES CON LAS MARCAS UNIDAD 5. MARKETING EN INSTAGRAM 5.1. ENGAGEMENT 5.1.1. ¿QUÉ ES Y CÓMO CALCULAR EL ENGAGEMENT? 5.1.2. ALCANCE 5.1.3. IMPRESIONES 5.2. PLAN ANTE CRISIS 5.3. EJEMPLOS DE HERRAMIENTAS DE

