

Gestionar su comunidad en las redes sociales

Certificación DiGiTT®

Curso práctico de 2 días - 14h

Ref.: CMH - Precio 2024: 1 040€ sin IVA

Este curso le permitirá comprender mejor los nuevos medios sociales. Aprenderás a organizar comunidades en torno a tu marca y a controlar la imagen que quieres proyectar.

OBJETIVOS PEDAGÓGICOS

Al término de la formación, el alumno podrá:

Diseñar y desplegar una estrategia de presencia e influencia en las redes sociales

Definición de una línea editorial, creación y gestión de contenidos

Dirigir y unir a una comunidad, garantizar el cumplimiento de los códigos de conducta y gestionar situaciones de crisis.

Descubra los indicadores y herramientas de medición y gestión de los medios sociales

Anticipar y gestionar situaciones de crisis

Profundización en las funcionalidades de las redes sociales y de una herramienta de Social Media Management, y definición de un plan estratégico y operativo.

CERTIFICACIÓN

La inscripción para la evaluación y certificación DiGiTT® está incluida al inscribirse en el curso. La certificación consiste en una prueba de 90 minutos. El resultado certifica su nivel de destreza sobre 1000 puntos. La asistencia al curso de formación por sí sola no es suficiente para garantizar la máxima puntuación. El examen puede programarse y realizarse en línea en un plazo de 4 semanas a partir del inicio de la sesión.

PROGRAMA

última actualización: 04/2024

1) Desarrollar una estrategia de medios sociales

- Un recordatorio de los principios fundacionales de las redes sociales.
- Identificar el impacto de la e-reputación en la marca.
- Pasar de la e-reputación al e-lobbying.
- Comprender una metodología para definir su estrategia.
- Identifique sus objetivos y sus usos: el método de las personas.
- Identificar sus palancas: una estrategia de selección.
- Adaptar nuestra organización y nuestras empresas.

Trabajo práctico : Hacer balance de la e-reputación de su empresa. Desarrollar una estrategia para su presencia en las redes sociales. Utilizar el método de las personas.

2) Gestionar una comunidad

- Aplicar una estrategia de comunicación multicanal.
- Pasar de la comunicación a la conversación.
- Tenga en cuenta la evolución de la experiencia del cliente.
- Comprométase y responda en nombre de la empresa.
- Moderar. Entablar conversación y responder. Anticipar y sorprender.
- Gestione su comunidad.

PARTICIPANTES

Comunicación, marketing, relaciones públicas, web managers, etc. y cualquier persona que deba realizar tareas de Community Management como parte de su trabajo.

REQUISITOS PREVIOS

Dominio de herramientas informáticas básicas: ofimática, internet, etc. Conocimiento de las principales redes sociales.

COMPETENCIAS DEL FORMADOR

Los expertos que imparten la formación son especialistas en las materias tratadas. Han sido validados por nuestros equipos pedagógicos, tanto en el plano de los conocimientos profesionales como en el de la pedagogía, para cada curso que imparten. Cuentan al menos con entre cinco y diez años de experiencia en su área y ocupan o han ocupado puestos de responsabilidad en empresas.

MODALIDADES DE EVALUACIÓN

El formador evalúa los progresos pedagógicos del participante a lo largo de toda la formación mediante preguntas de opción múltiple, escenificaciones de situaciones, trabajos prácticos, etc. El participante también completará una prueba de posicionamiento previo y posterior para validar las competencias adquiridas.

MEDIOS PEDAGÓGICOS Y TÉCNICOS

- Los medios pedagógicos y los métodos de enseñanza utilizados son principalmente: ayudas audiovisuales, documentación y soporte de cursos, ejercicios prácticos de aplicación y ejercicios corregidos para los cursillos prácticos, estudios de casos o presentación de casos reales para los seminarios de formación.
- Al final de cada cursillo o seminario, ORSYS facilita a los participantes un cuestionario de evaluación del curso que analizarán luego nuestros equipos pedagógicos.
- Al final de la formación se entrega una hoja de presencia por cada media jornada de presencia, así como un certificado de fin de formación si el alumno ha asistido a la totalidad de la sesión.

MODALIDADES Y PLAZOS DE ACCESO

La inscripción debe estar finalizada 24 horas antes del inicio de la formación.

ACCESIBILIDAD DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

¿Tiene alguna necesidad específica de accesibilidad? Póngase en contacto con la Sra. FOSSE, interlocutora sobre discapacidad, en la siguiente dirección psh-accueil@orsys.fr para estudiar de la mejor forma posible su solicitud y su viabilidad.

- Avanzar hacia plataformas de contenidos.

Trabajo práctico : Situaciones reales en diferentes redes sociales (Facebook, LinkedIn, X (antes Twitter), Instagram): solicitud de información, pregunta sobre el servicio posventa, crítica, spam, Trol, etc.

3) Creación y optimización de contenidos

- Las herramientas del Community Manager: crear contenidos y elementos visuales, mejorar la organización y la producción.
- Dominar el contenido y la forma. Contar una historia.
- Distribuya contenidos exclusivos y a medida.
- Conozca las mejores prácticas para mejorar la visibilidad de sus publicaciones.
- Mejorar sus habilidades twitteras: usos, buenas prácticas y normas de seguridad...
- Gestión del impacto de los algoritmos con la publicidad social.
- Optimiza tu página de Facebook con aplicaciones de terceros, monetiza tu oferta con Social Commerce.
- Desarrollar y retener embajadores: más allá de las redes sociales.

Trabajo práctico : Optimizar la redacción y la visibilidad de sus publicaciones. Identificar contenidos, definir la línea editorial, elegir las redes adecuadas. Utilizar herramientas de curación y storytelling.

4) Evaluar su rendimiento

- Comprensión de los indicadores cuantitativos y cualitativos (KPI).
- Distinguir entre rendimiento de la inversión (ROI) y rendimiento de la atención (ROA).
- Herramientas de estadísticas para Facebook, X e Instagram.

Trabajo práctico : Descubrir estadísticas (Facebook, X e Instagram). Utilizar hashtags eficaces para tu negocio y para influencers.

5) Gestionar una situación de crisis

- Identificar los distintos tipos de crisis.
- Canalizar y gestionar la amplificación de una crisis a través de Internet.
- Adoptar una estrategia de comunicación adecuada a la situación.
- Preparar y formar a su organización para la gestión de crisis.
- Gestión de las críticas: buenas prácticas y errores que hay que evitar.

Trabajo práctico : Casos prácticos y comentarios.

FECHAS

Contacto