

MARKETING EN LINKEDIN. MARKETING A TRAVÉS DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES

SKU: EVOL-6727-iyC-B-1-1-1 | Categorías: [INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES](#), [Redes Sociales](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [15](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

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.

