

Midiendo el éxito en Redes Sociales

INTRODUCCIÓN AL SOCIAL MEDIA ROI (SMR)

Objetivos:

Muchas veces la inversión en redes sociales no se mantiene porque no está controlada. Descubre cómo establecer indicadores de éxito para tu presencia y acciones sociales y como monitorizar tus resultados de la forma más eficiente posible. Con este curso aprenderás cómo marcar objetivos para las diferentes acciones en Facebook, Twitter y Youtube, sabrás definir kpis para medirlas y aprenderás cómo analizar los datos para cuantificar su éxito.

Propuesta de programa (6 HORAS):

INTRODUCCIÓN A LA DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SOCIALES

- Glosario global de analítica social
- Objetivos empresariales vs. Objetivos sociales
- Cómo definir correctamente un objetivo social: objetivos SMART
- Diferentes objetivos para diferentes etapas: el funnel
- Qué es un kpi y cómo definirlo en redes sociales
- KPIs en redes sociales y KPIs sociales en sitio web

CONOCIENDO LAS MÉTRICAS PARA CADA 3 REDES SOCIALES

- Facebook:
 - Glosario de términos
 - KPIs específicos
 - Facebook Insights
 - Herramientas específicas
- Twitter
 - Glosario de términos
 - KPIs específicos
 - Twitter analytics
 - Herramientas específicas
- Youtube
 - Glosario de términos
 - KPIs específicos
 - Youtube insights

SOCIAL MEDIA ROI

- Qué es SMR y formas globales de medir
- Conceptos relacionados: return on engagement, return on influence, return on action

- Los retos a la hora de medir SMR
- El dashboard de monitorización social

MONITORIZACIÓN Y ANÁLISIS SMR

- Calculando el SMR de una campaña en Social Media
- Buenas prácticas para mejorar el SMR
- Herramientas de monitorización complementarias

Metodología

5 horas de teoría y hora para realizar un case study de forma individual para ser contrastado en grupo

Profesor

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla. Anteriormente, directora creativa en agencias españolas dedicadas al marketing on-line o al marketing below the line. Desde el 2009, directora creativa y socia fundadora de Úbica Below, agencia especialista en marketing y comunicación digital. Profesora y ponente desde hace 15 años en cursos especializados de esta materia para diferentes entidades.