



## **ORM: Cómo mejorar la reputación-line**

*Cómo controlar, gestionar y mejorar la reputación digital de nuestra marca*

---

### **Objetivos:**

Gracias y debido al poder de los nuevos medios de comunicación digital, en la actualidad ninguna marca o empresa puede sobrevivir y cumplir sus objetivos sin formar parte de la conversación social ni conocer su impacto en su reputación. En este curso aprenderás cómo escuchar en las plataformas on-line, cómo formar parte de estas conversaciones, de una forma natural y creíble, y cómo gestionarlas y controlar su impacto sobre la empresa y sobre la marca, incluso en situaciones de crisis.

### **Propuesta de programa (8 HORAS):**

#### **INTRODUCCIÓN: LA IDENTIDAD, EL POSICIONAMIENTO Y LA REPUTACIÓN**

- Definición de identidad digital
- Diferencias entre identidad de marca e identidad corporativa
- El ADN de marca y la identidad digital
- Construyendo tu posicionamiento on-line
- Gestión de la reputación digital (ORM): definición y bases
- Fases de un plan de reputación on-line

#### **LA ESCUCHA ACTIVA**

- Definición y objetivos de la escucha activa
- Soportes y medios a escuchar
- SEO y reputación on-line
- El Buzz Marketing y la reputación digital
- User generated content y tipologías de usuarios
- El plan de monitorización de la escucha activa
- Herramientas para la escucha activa: buscadores , webs y redes sociales

#### **ANÁLISIS DE RESULTADOS Y PLAN DE ACCIÓN**

- Valoración del mensaje y su extensión/alcance
- Identificación de líderes de opinión, influencers y social shakers
- Fases y métodos de acción según resultados

# Propuesta



- ORM: El plan de gestión de la reputación digital

## LA CRISIS

- Qué es crisis y qué no es crisis de reputación digital
- La prevención como arma para la mejora de la reputación
- Identificación de detonadores de crisis de reputación
- Fases de la crisis y métodos de acción según fase
- Monitorizando la crisis y diluyendo su impacto

## Metodología

8 horas de teoría con un enfoque práctico en que el que veremos muchos casos prácticos de ejemplo.

## Destinatarios

Periodistas y profesionales de la comunicación profesionales cuya actividad profesional esté íntimamente ligada a la presencia digital de su empresa, marca, o perfil profesional y adaptados al trabajo dentro del entorno web. Son necesarios, por tanto, conocimientos de las plataformas digitales y redes sociales, y el acceso a la administración de dichas plataformas hará más fácil el seguimiento del curso. .

## Profesor

Licenciada en Publicidad y Relaciones Publicas 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.