

Social media y social selling

Área:

Duración: 10 horas

Modalidad: online



criteria

Objetivos

- El objetivo principal de este curso es que el alumno descubra cuáles son los medios sociales y cómo influyen en la estrategia de marketing digital.
- Que descubra el Social Selling como una nueva forma de relacionarse, crear marca y vender utilizando los medios sociales.
- Que conozca los entresijos de la escucha activa y cómo aplicarla en la venta online
- Que aprenda a calcular su Social Selling Index y conozca qué es Sales Navigator, la herramienta de venta de LinkedIn.

Contenidos y estructura del curso

1. Social Media
2. Social Selling
3. Marketing en Redes Sociales
4. Facebook
5. Twitter
6. Youtube
7. LinkedIn
8. Instagram

- 9. Snapchat
- 10. TikTok - Qué es
- 11. Twitch
- 12. Aplicaciones para la gestión

Metodología:

En Criteria creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias... Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil del/la formador/a

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Criteria, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

En Criteria queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:

¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!

criteria.es

criteria.es/recursos

criteria.es/blog

