



LAS NUEVAS PROFESIONES 2.0 EL COMMUNITY MANAGER



Vicente Montiel Molina
@MontielVicente

vmontiel@tabarcaconsulting.com

<http://vicentemontiel.com/>

| Sesión | Contenidos | |
|--|--|--|
| Sesión 01 6 de Marzo | <ul style="list-style-type: none"> • Introducción. El individuo 2.0. • Las bases de una estrategia de comunicación digital | <ul style="list-style-type: none"> • Estructura de un sistema de comunicación 2.0 |
| Sesión 02 13 de Marzo | <ul style="list-style-type: none"> • Estar... y estar bien en las principales redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter • LinkedIn | <ul style="list-style-type: none"> • Taller práctico. |
| Sesión 03 20 de Marzo | <ul style="list-style-type: none"> • La gestión de contenidos. <ul style="list-style-type: none"> • El Content Curator. • Consejos para la creación de contenidos • Herramientas de curación de contenidos. | <ul style="list-style-type: none"> • La gestión de comunidades online <ul style="list-style-type: none"> • El trato con los trolls • Popularidad vs Reputación • Crisis de reputación |
| Sesión 04 27 de Marzo | <ul style="list-style-type: none"> • La medición de resultados. El ROI. <ul style="list-style-type: none"> • Variables medible en cada red social | <ul style="list-style-type: none"> • La reputación online y el índice Klout |

Trabajos



- Tener una cuenta personal
- Pedir amistad a <https://www.facebook.com/vicentmym>



- Tener una cuenta personal
- Hacer, al menos, 1 Tweet



- Tener una cuenta personal



- Tener una cuenta personal
- Hacer, al menos, 1 pin.



Broadcast Yourself

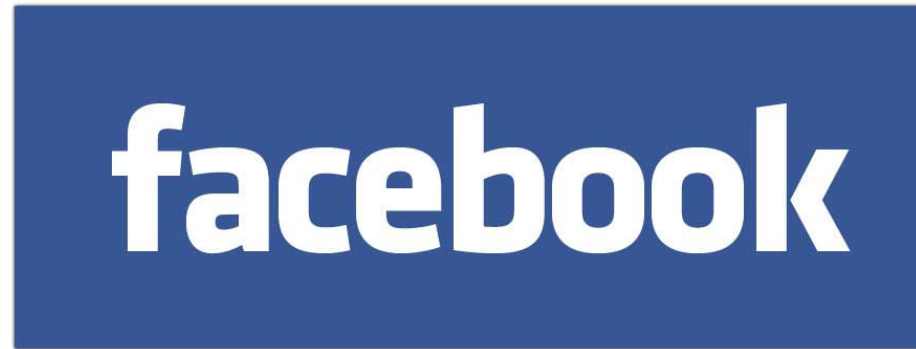
- Crear una cuenta en G+
- Configurar el canal, y subir al menos 1 video.



Instagram



- Tener una cuenta personal en ambas





- Creado por **Mark Zuckerberg** en febrero de **2004**
- Originariamente destinado a los **universitarios de Harvard** con el objetivo de crear una comunidad donde compartir gustos y sentimientos
- Se expande a otras universidades mundiales y abre a toda la población mundial en **2006**.
- En octubre de 2014, Facebook llegó a los 1350 millones de usuarios, de los cuáles había más de 700 millones de usuarios móviles.
- Brasil, India, Indonesia, México y Estados Unidos son los países con más usuarios.
- Su infraestructura principal está formada por una red de más de 50.000 servidores
- El 9 de abril de 2012 se anunció que Facebook adquirió Instagram por 1.000 millones de dólares.
- En febrero de 2014 los responsables de Facebook anunciaron la compra del servicio de mensajería móvil WhatsApp por 16.000 millones de dólares.





- 1.230 millones de personas son usuarios activos mensualmente.
- 945 millones de usuarios mensuales se conectan desde móviles y tabletas.
- Más de 6.000 millones de "Me gusta" son utilizados por día.
- 400.000 millones de fotos fueron compartidas desde octubre de 2005
- 7.800 millones de mensajes son enviados a través de Facebook.
- 77.200 millones de post con etiquetas de lugares fueron generados en enero de 2014
- Aproximadamente el 81% de usuarios activos se encuentran fuera de Canadá y los Estados Unidos.
- Más de 25 millones de pequeños emprendimientos tienen Páginas en Facebook.
- Facebook alcanzó los 6.337 empleados en todo el mundo
- En los EEUU, el tramo de edad de **35 a 54 años** es actualmente el más representado (31,1%), seguido por el de **25-34 años** (24,4%), el de **18 a 24 años** (23,3%), el de **más de 55 años** (15,6%) y el de **13-17 años** (5,4 %)

facebook

T A B A R C A
D I G I T A L

© 2015 Tabarca Digital, S.L.

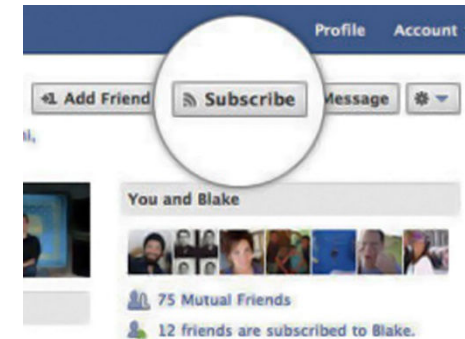
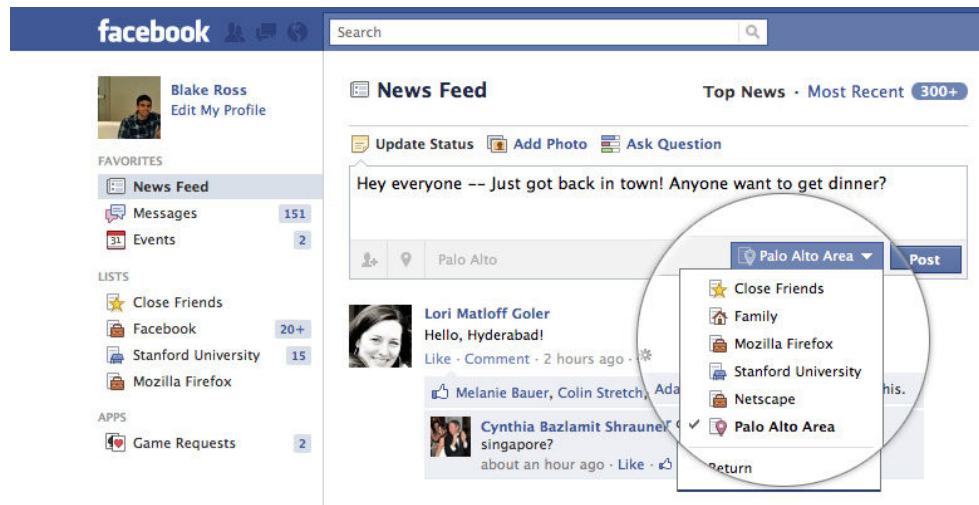


Lista de Amigos:

En ella se puede agregar a cualquier persona que conozcamos y esté registrada, siempre que acepte nuestra invitación (si no está registrada en Facebook, le llegará la invitación a nuestro nombre a su correo electrónico para que se haga miembro).

En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes, el servicio de Facebook te ayuda a buscarlos y también te sugiere otros.

Una vez creada tu lista de amigos, Facebook te recuerda sus cumpleaños y te avisa por notificaciones de la actividad.





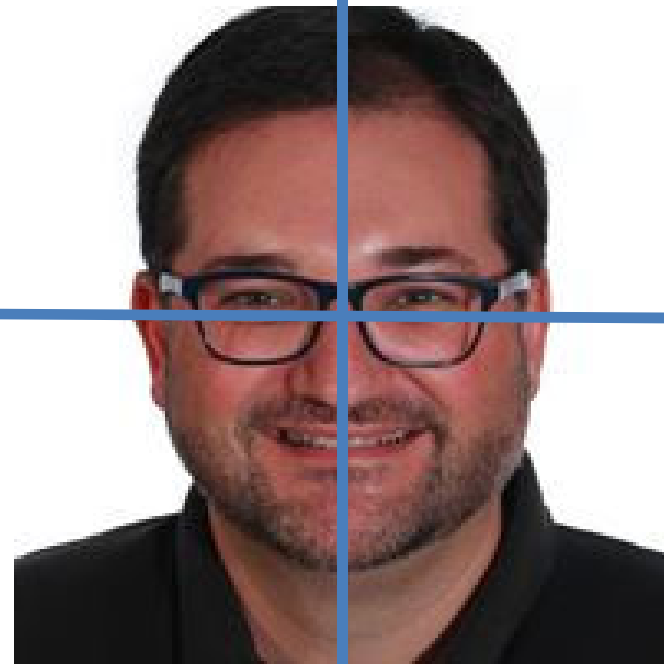
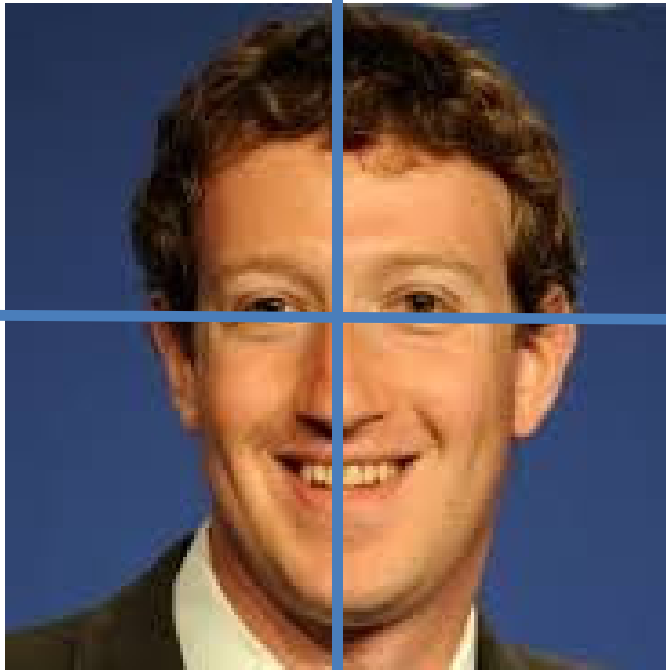
Perfiles, Grupos y Páginas

- Los perfiles son para las **personas**.
- En un perfil encontrarán todas las actividades que ha desarrollado una persona dentro de Facebook y también las relaciones sociales que establece con otros usuarios de la misma plataforma.
- El perfil muestra la personalidad y los intereses de cada personas. Muestra sus intereses y también cómo es su vida on line.

Elementos de los perfiles

- Foto de perfil
- Descripción en portada
- Listado de contactos
- Importar RSS de distintas fuentes
- Resumen de última actividad
- Comentario de estado
- Escribir notas
- Agregar vídeo
- Publicar enlace
- Galerías de fotos
- Muro
- Agregar aplicaciones (entre ellas eventos)
- Pestañas

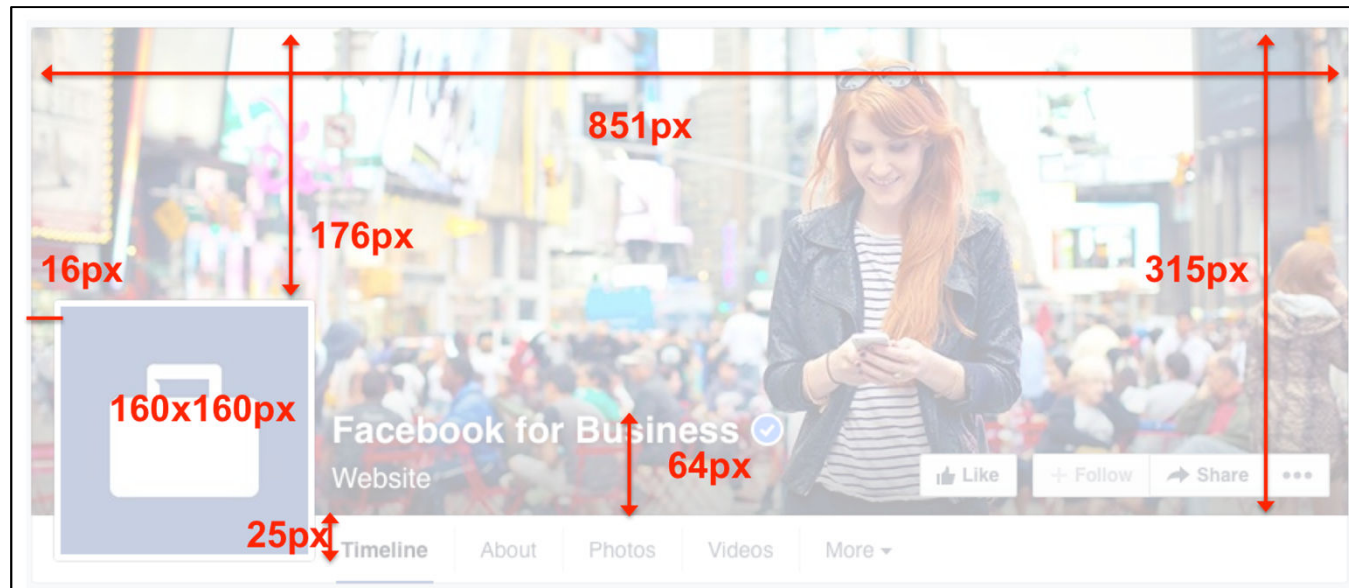
facebook

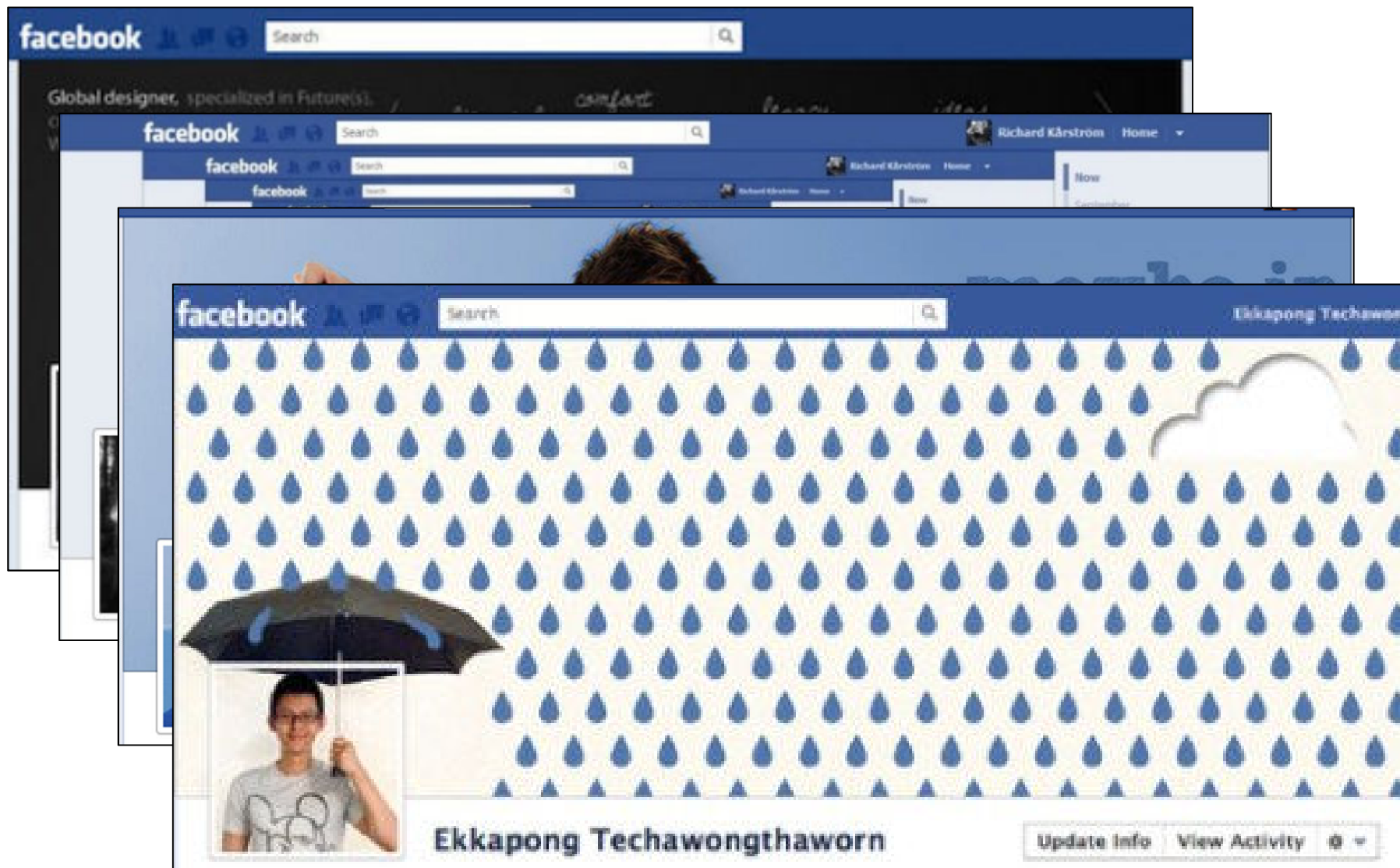


facebook

T A B A R C A
D I G I T A L

© 2015 Tabarca Digital, S.L.







Perfiles, Grupos y Páginas

- Los grupos son creados por usuari@s que desean reunir a personas con un tema en común.
- A diferencia de un perfil, donde los contactos son tus amigos y conocidos, en un grupo se pueden sumar personas de diferentes partes y que no se conocen.
- Un grupo es un punto de encuentro para que la gente se conozca y establezca nuevas relaciones. Hay grupos de todo tipo y temáticas

Elementos de los grupos

- Logo
- Información básica y de contacto
- Miembros
- Muro
- Fotos
- Elementos publicados
- Vídeo
- Eventos



Perfiles, Grupos y Páginas

The image shows a screenshot of the Facebook 'Crea un nuevo grupo' (Create a new group) dialog box. The dialog is titled 'Crea un nuevo grupo' and contains the following fields and options:

- Nombre del grupo:** A text input field.
- Miembros:** A text input field with the placeholder text '¿A quién quieres agregar al grupo?'.
- Privacidad:** Three radio button options:
 - Abierto**: Cualquiera puede ver el grupo, quién pertenece a él y lo que publican sus miembros.
 - Cerrado**: Cualquiera puede ver el grupo y quién pertenece a él, pero solo los miembros pueden ver las publicaciones.
 - Secreto**: Solo los miembros ven el grupo, quién pertenece a él y el contenido que publican otros miembros.

At the bottom right of the dialog, there are two buttons: 'Crear' and 'Cancelar'. Below the privacy options, there is a link: 'Más información sobre la privacidad de los grupos'.



Perfiles, Grupos y Páginas

- Una página sirve para promocionar **productos, instituciones o figuras públicas**.
- Una página no “pide ser tu contacto o amigo”, sino que una página recibe admiradores, seguidores y partidarios de lo que se están proponiendo o dando a conocer.
- La otra gran diferencia es que la página en Facebook tiene una dirección única que se puede ser sin tener la necesidad de estar dentro de la red. Es decir, cualquier persona puede ver esa página en Facebook sin tener que estar inscrito en la red.”

Elementos de las páginas

- Logo
- Información básica
- Mini-noticias (resumen de última actividad)
- Muro (las aportaciones se visibilizan en portada)
- Fans (es como la lista de contactos)
- Eventos
- Elementos publicados
- Vídeo
- Notas (es posible importar rss)
- Promover página con anuncio
- Enviar actualización a fans

facebook

T A B A R C A
D I G I T A L

© 2015 Tabarca Digital, S.L.



Crear una página

Crea una página de Facebook para establecer una relación más estrecha con tu público y clientes.

Páginas que me gustan

Páginas que administro



Lugar o negocio local



Empresa, organización o institución



Marca o producto



Artista, grupo de música o personaje público



Entretenimiento



Causa o comunidad

https://www.facebook.com/pages/create.php?ref_type=sitefooter

facebook

T A B A R C A
D I G I T A L

© 2015 Tabarca Digital, S.L.



| | | | |
|--------------------------------|---|--|--------|
| General | Visibilidad de la página | Página publicada | Editar |
| Atribución de publicación | Autorización para publicar | Cualquiera puede publicar en la biografía de mi página Cualquiera puede añadir fotos y vídeos a la biografía de mi página Se moderarán las publicaciones de otros usuarios | Editar |
| Notificaciones | Segmentación y privacidad de publicaciones | La segmentación y la privacidad de las publicaciones están desactivadas para mi página | Editar |
| Roles de página | Mensajes | Otras personas se pueden poner en contacto con mi página de forma privada. | Editar |
| Público preferido de la página | Autorización para etiquetar | Solo las personas que ayudan a administrar mi página pueden etiquetar las fotos publicadas en ella. | Editar |
| Aplicaciones | Restricciones de país | La página es visible para todos. | Editar |
| Modificaciones sugeridas | Restricciones de edad | La página se muestra a todos. | Editar |
| Destacado | Moderación de la página | No se bloquea ninguna palabra de la página. | Editar |
| Móvil | Filtro de groserías | Establecer en elevada | Editar |
| Usuarios bloqueados | Sugerencias de páginas parecidas | Elige si quieres que se recomiende tu página a otras personas | Editar |
| Registro de actividad | Clasificación de comentarios | La clasificación de comentarios está activada en mi página. | Editar |
| | Fusionar páginas | Fusionar las páginas duplicadas | Editar |
| | Eliminar página | Eliminar tu página | Editar |



facebook.com/Faceguia.com.ar

facebook

Busca personas, lugares y cosas

Las ultimas noticias de Facebook

Nombre de usuario de la pagina

Nombre de la pagina

Faceguia

A 2.658 personas les gusta esta página · 98 personas están hablando sobre esto



Promoción de la página

1. Invitar a tus amigos



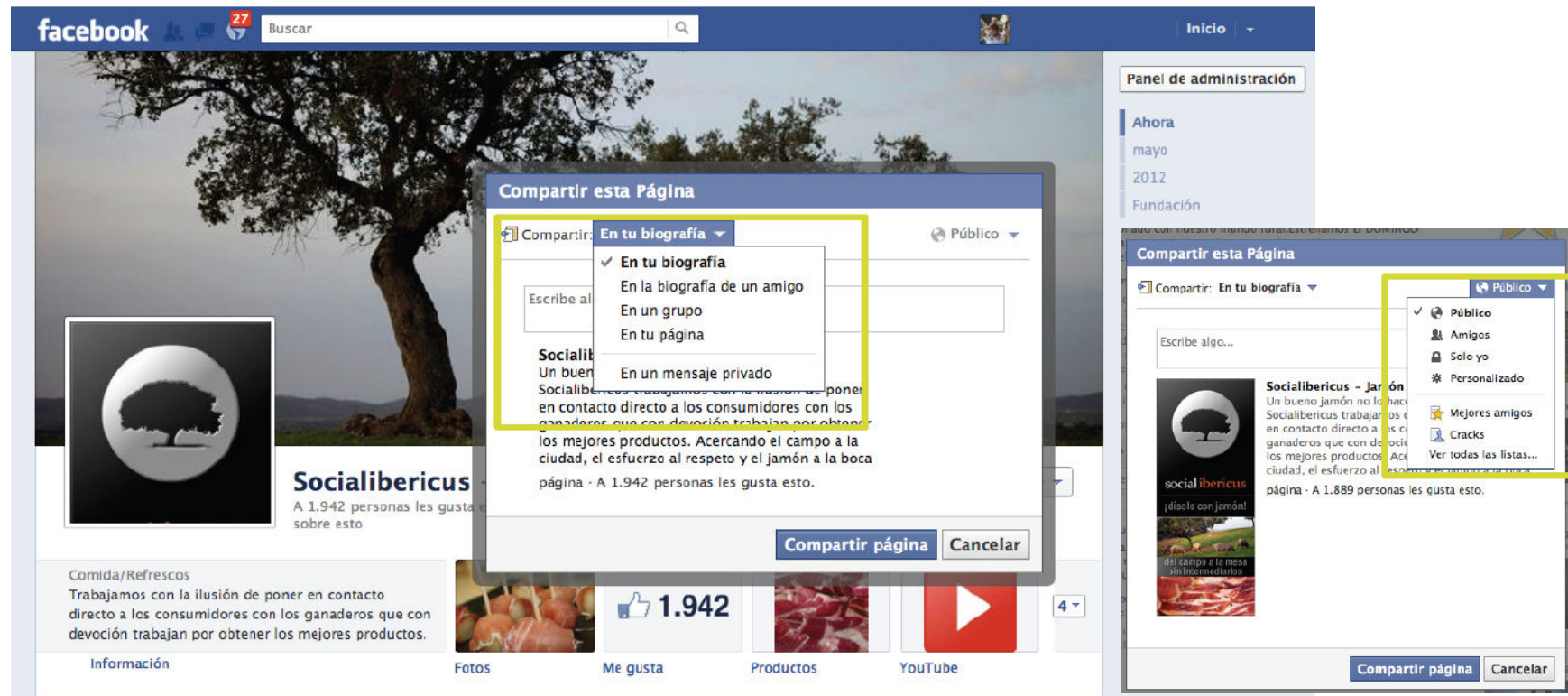
T A B A R C A
D I G I T A L

© 2015 Tabarca Digital, S.L.



Promoción de la página

2. Compartir la página





Promoción de la página

3. Añadir imagen promocional de la portada

Anotaciones:

- 399 píxeles mínimo
- No puede contener:
 - Precios ni información de compra
 - Información de contacto
 - Funciones específicas de facebook (me gusta...)
 - Llamadas a la acción
- Foto de perfil con un mínimo de 180 píxeles

Ventajas:

- Mayor visibilidad de marca
- Apariencia de revista

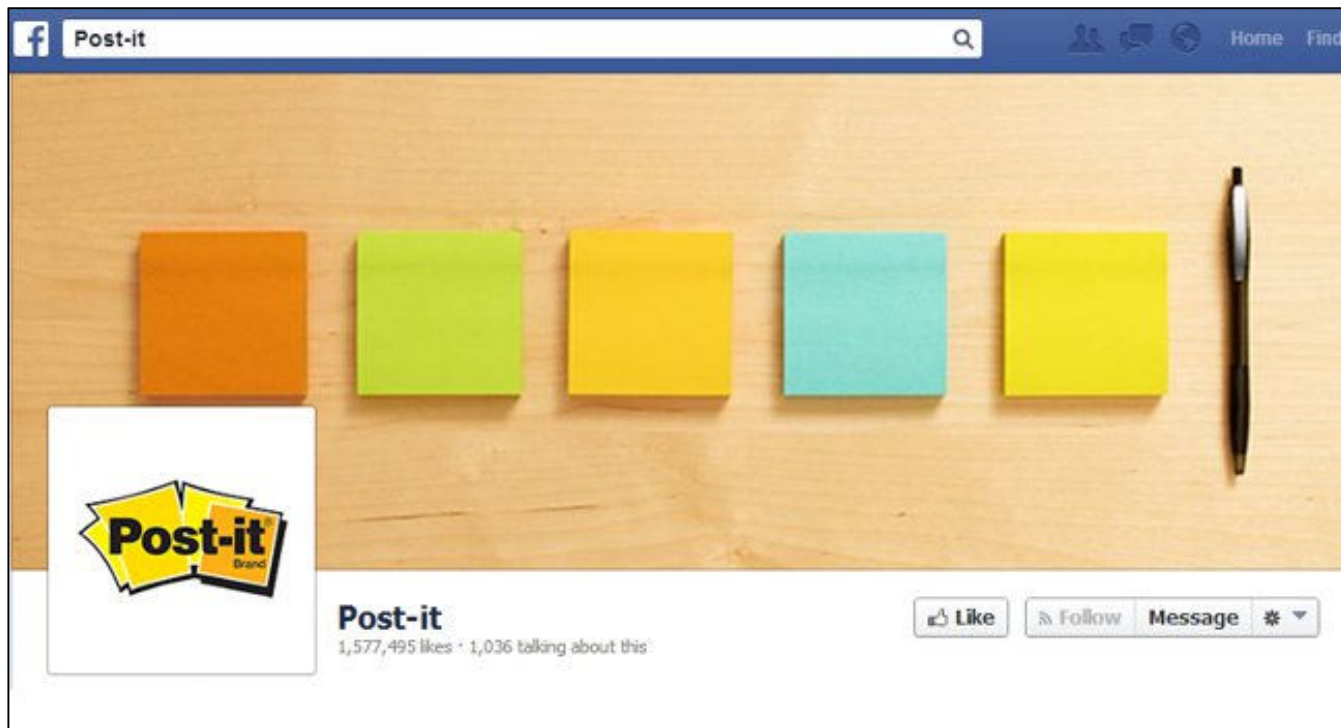
- Piensa que es la primera imagen que verán los visitantes a tu página
- Aprovechala , sé creativo
- Tu logo e imagen de tus productos es recomendable
- **SIN OLVIDAR** lo que **NO** se puede poner en las portadas



Promoción de la página

3. Añadir imagen promocional de la portada

No digas lo que haces: ¡Muéstralo!





Promoción de la página

3. Añadir imagen promocional de la portada

Explora la creatividad, pero se fiel a tu marca





Promoción de la página

3. Añadir imagen promocional de la portada

Usa una foto de portada que juegue en conjunto con tu foto de perfil



facebook

DIGITAL

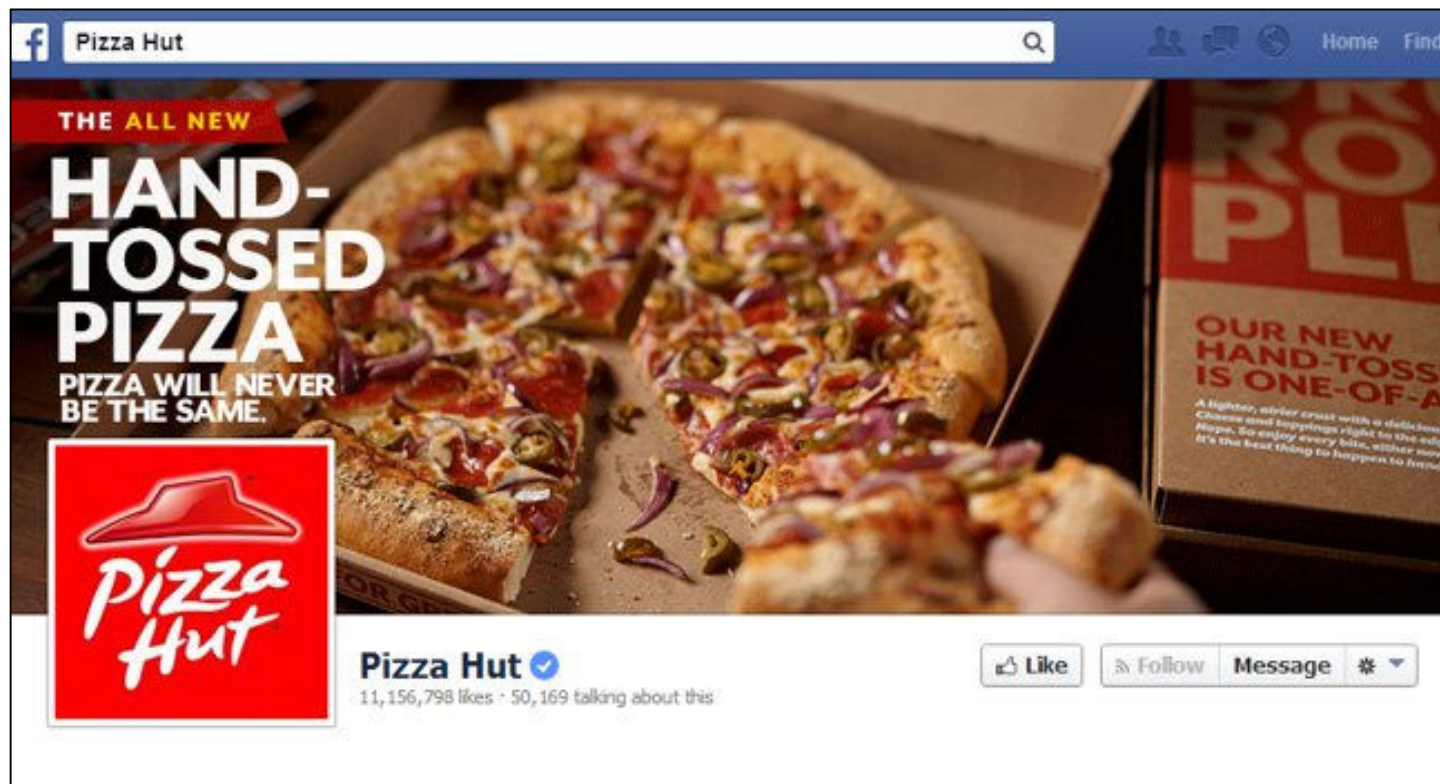
© 2015 Tabarca Digital, S.L.



Promoción de la página

3. Añadir imagen promocional de la portada

Promueve eventos y nuevos productos



facebook

DIGITAL

© 2015 Tabarca Digital, S.L.



Promoción de la página

3. Añadir imagen promocional de la portada

Cambia de acuerdo a las estaciones del año y las festividades



DIGITAL

© 2015 Tabarca Digital, S.L.



Promoción de la página

4. Crear un anuncio en Facebook

facebook

Anúnciate en Facebook

Configura tu anuncio o historia patrocinada [Más información sobre la publicidad](#)

Elige un destino dentro de Facebook o escribe una dirección web:

Witcamp ✕ [?]
 Pagina - Education
 31,684 "Me gusta", 4,267 personas están hablando de esto

¿Qué quieres promocionar?

Witcamp [?]
 Una publicación específica sobre Witcamp [?]

Las personas verán:

Un nuevo anuncio sobre Witcamp [?]
 Historias sobre sus amigos a los que les gusta Witcamp [?]

Título: [?]
 Quedan 18 caracteres

Texto: [?]
 Quedan 0 caracteres

Imagen: [?]

 Elegir en la biblioteca de imágenes

Vista de destino: [?]
 ↓

Vista previa del anuncio

Público objetivo

96,583,620 personas

- que viven en uno de los siguientes países: México, Panamá, Venezuela, Argentina, Chile, Perú, Colombia, Ecuador u Honduras
- que tienen entre 25 y 55 años



Promoción de la página

4. Crear un anuncio en Facebook

Objetivos de la publicidad en Facebook

- ✓ Comprar tráfico a un precio más bajo que en otras plataformas
- ✓ Generar tráfico directo a nuestra página web oficial
- ✓ Mejorar la viralidad apoyándonos en la amplificación social de los anuncios
- ✓ Aumentar el número de seguidores de la página en Facebook para aumentar la capacidad de amplificación de nuestro departamento de comunicación
- ✓ Mejorar el reconocimiento de marca y fidelizar a nuestros clientes
- ✓ Penetrar en nuevos mercados y áreas geográficas de difícil penetración
- ✓ Segmentar anuncios a ciudades específicas
- ✓ Dirigirse a clientes con intereses y preferencias muy concretas
- ✓ Internacionalizar tu negocio



Promoción de la página

4. Crear un anuncio en Facebook

Contenido de los anuncios:

- ✓ Formula preguntas
- ✓ Ofrece la oportunidad de ganar €€€€
- ✓ Lanza sorteos o concursos
- ✓ Publica *Calls to action*
- ✓ Identifica a tu público
- ✓ Publica testimonios de clientes
- ✓ Ofrece descuentos por ser fan de Facebook
- ✓ Utiliza fotos que impacten visualmente
- ✓ Publica contenido en video

Deseas Importar De China?
importadechinahoymis...



Aprende paso a paso y desde cero, cómo importar y vender Productos Chinos por Internet.

Gana €100+ por noche



Gana dinero alquilando temporalmente tu casa a viajeros. Sin cuotas, ¡apúntate gratis!

A Gabriel Amorocho le gusta Airbnb.

T2O media España - Time 2 Optimize -
¿Cómo domesticamos al Pingüino de Google?



Qué es Google Penguin

Me gusta esta página





Promoción de la página

4. Crear un anuncio en Facebook

1



Concurso de fotografía
post55.es



Entra en la comunidad de mayores post55! Presenta tus mejores fotos y gana una cámara Réflex digital. Tienes hasta el 31 de Agosto.

Este anuncio se dirige a 28.060 usuarios:

- que viven en España
- exactamente 50 años o más
- a las que les gusta photo, photographe, photography blogger, photomaton, foto, digital art, fotografía, fotos, fotografie, photography, photographer, photoshop, picture, nikon, flickr, photos, fotografieren o canon

Puja sugerida: 0,19 \$ - 0,32 USD

2



Concurso de fotografía
post55.es



Entra en la comunidad de mayores post55! Presenta tus mejores fotos y gana una cámara Réflex digital. Tienes hasta el 31 de Agosto.

Este anuncio se dirige a 1.120.120 usuarios:

- que viven en España
- exactamente 55 años o más

Puja sugerida: 0,37 \$ - 0,62 USD

3



Concurso de fotografía
post55.es



Entra en la comunidad de mayores post55! Presenta tus mejores fotos y gana una cámara Réflex digital. Tienes hasta el 31 de Agosto.

Este anuncio se dirige a 42.640 usuarios:

- que viven en España
- exactamente 50 años o más
- que se interesan por hombres

Puja sugerida: 0,40 \$ - 0,67 USD

4



Concurso de fotografía
post55.es



Entra en la comunidad de mayores post55! Presenta tus mejores fotos y gana una cámara Réflex digital. Tienes hasta el 31 de Agosto.

Este anuncio se dirige a 250.580 usuarios:

- que viven en España
- exactamente 50 años o más
- que se interesan por mujeres

Puja sugerida: 0,55 \$ - 0,93 USD



Promoción de la página

4. Crear un anuncio en Facebook

facebook Buscar personas, lugares y cosas Inicio

Anuncios y páginas

Cuenta: Social Learn

Campañas y anuncios

- Todos los anuncios
- Páginas
- Informes
- Configuración
- Facturación
- Editor múltiple
- Chat Support
- Email Support
- Ayuda
- Más información

Buscar tus anuncios

Todas las campañas >

Campaña: CPM Captación fans América Central y Suramérica [Crea un anuncio](#)

Nombre de la campaña: CPM Captación fans América Central y Suramérica | Estado: Activa | Presupuesto: 30,00 € Diario | Duración (Horario de Madrid): 10/08/2012 13:14 - En curso

Público **Respuesta**

Público objetivo? Clics Acciones
 Alcance? Alcance social?

Últimos 7 días Sep 14 — Sep 20 Todos excepto los eliminados Seleciona las líneas que editar Informe completo 1 resultado

Alcance de la campaña? **798.885** Frecuencia? **3,3** Alcance social? **128.069** Acciones? **2.811** Clics? **2.691** CTR? **0.102%** Gasto? **303,76 €**

| Nombre | Estado | Alcance | Frecuencia | Alcance social | Acciones | Clics | Proporción de clics (%) | Puja | Precio |
|---|--------|---------|------------|----------------|----------|-------|-------------------------|---------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> Países suramericanos y centroamérica | ▶ | 798.885 | 3,3 | 128.069 | 2.811 | 2.691 | 0.102% | Auto CPM optimizado | 0,11 € CPM optimizado |



Promoción de la página

4. Crear un anuncio en Facebook

7.138.132 Impresiones 5.530 Clics 4.587 Acciones 0,077% Porcentaje de clics del anuncio (CTR) 1.018,33 € Gasto 0,14 € CPM 0,18 € CPC

| Fecha ? | Campaña ? L | Impresiones ? | Impresiones de anuncios sociales ? | % Impresiones sociales ? | Clics ? | Clics en anuncios sociales ? | Proporción de clics (%) ? | Proporción de clics en anuncios sociales ? | CPC (coste por clic) ? | CPM (coste por mil impresiones) ? | Gasto ? | Alcance ? | Frecuencia ? | Alcance social ? | Acciones ? | Personas a las que les gusta la página ? | Total de clics de usuarios únicos ? | CTR único ? |
|------------|---|---------------|------------------------------------|--------------------------|---------|------------------------------|---------------------------|--|------------------------|-----------------------------------|---------|-----------|--------------|------------------|------------|--|-------------------------------------|-------------|
| 25/08/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 110.299 | 16.227 | 13,95% | 33 | 1 | 0,028% | 0,006% | 1,21 | 0,34 | 40,00 € | 33.257 | 3,5 | 3.336 | 16 | 16 | 32 | 0,090% |
| 26/08/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 170.790 | 37.057 | 21,70% | 50 | 6 | 0,029% | 0,016% | 0,80 | 0,23 | 40,00 € | 41.412 | 4,1 | 5.731 | 50 | 23 | 48 | 0,118% |
| 27/08/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 185.734 | 35.224 | 18,96% | 51 | 7 | 0,027% | 0,020% | 0,78 | 0,22 | 40,00 € | 51.515 | 3,6 | 6.230 | 7 | 6 | 50 | 0,097% |
| 28/08/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 170.479 | 23.800 | 13,96% | 63 | 3 | 0,037% | 0,013% | 0,63 | 0,23 | 40,00 € | 54.255 | 3,1 | 4.908 | 18 | 15 | 63 | 0,116% |
| 29/08/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 171.715 | 23.585 | 13,73% | 57 | 5 | 0,033% | 0,021% | 0,70 | 0,23 | 40,00 € | 46.734 | 3,7 | 4.845 | 22 | 15 | 56 | 0,120% |
| 30/08/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 184.911 | 27.105 | 14,66% | 49 | 8 | 0,026% | 0,030% | 0,82 | 0,22 | 40,00 € | 48.462 | 3,8 | 4.979 | 12 | 12 | 47 | 0,097% |
| 31/08/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 158.091 | 22.936 | 14,51% | 56 | 9 | 0,035% | 0,039% | 0,71 | 0,25 | 40,00 € | 45.428 | 3,5 | 4.528 | 97 | 13 | 56 | 0,123% |
| 01/09/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 163.529 | 22.887 | 14,00% | 48 | 8 | 0,029% | 0,035% | 0,83 | 0,24 | 40,00 € | 44.586 | 3,7 | 5.059 | 23 | 15 | 48 | 0,108% |
| 02/09/2012 | Captación fans Norte América de habla hispana | 55.551 | 326 | 0,59% | 57 | 10 | 0,103% | 3,067% | 0,39 | 0,40 | 22,29 € | 21.654 | 2,6 | 291 | 79 | 5 | 57 | 0,263% |
| 25/08/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 264.250 | 63.207 | 23,92% | 292 | 58 | 0,110% | 0,092% | 0,14 | 0,15 | 40,00 € | 113.226 | 2,3 | 24.614 | 306 | 281 | 290 | 0,256% |
| 26/08/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 288.211 | 73.385 | 25,46% | 339 | 76 | 0,118% | 0,104% | 0,12 | 0,14 | 40,00 € | 153.912 | 1,9 | 28.597 | 354 | 295 | 336 | 0,218% |
| 27/08/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 287.419 | 84.846 | 29,52% | 330 | 77 | 0,115% | 0,091% | 0,12 | 0,14 | 40,00 € | 111.406 | 2,6 | 25.521 | 310 | 285 | 325 | 0,292% |
| 28/08/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 294.022 | 66.555 | 22,64% | 381 | 71 | 0,130% | 0,107% | 0,10 | 0,14 | 40,00 € | 131.430 | 2,2 | 22.288 | 366 | 342 | 381 | 0,290% |
| 29/08/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 314.552 | 65.297 | 20,76% | 329 | 68 | 0,105% | 0,104% | 0,12 | 0,13 | 40,00 € | 176.980 | 1,8 | 27.337 | 303 | 240 | 328 | 0,185% |
| 30/08/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 278.735 | 60.902 | 21,85% | 278 | 63 | 0,100% | 0,103% | 0,14 | 0,14 | 40,00 € | 125.405 | 2,2 | 24.162 | 247 | 229 | 275 | 0,219% |
| 31/08/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 288.507 | 75.160 | 26,05% | 343 | 73 | 0,119% | 0,097% | 0,12 | 0,14 | 40,00 € | 110.541 | 2,6 | 23.379 | 292 | 263 | 337 | 0,305% |
| 01/09/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 306.483 | 72.231 | 23,57% | 353 | 81 | 0,115% | 0,112% | 0,11 | 0,13 | 40,00 € | 116.562 | 2,6 | 27.280 | 267 | 256 | 350 | 0,300% |
| 02/09/2012 | CPM Captación fans América Central y Suramérica | 188.166 | 46.193 | 24,55% | 221 | 47 | 0,117% | 0,102% | 0,11 | 0,13 | 23,71 € | 61.428 | 3,1 | 14.906 | 179 | 150 | 217 | 0,353% |




© 2015 Tabarca Digital, S.L.



Promoción de la página

5. Añadir el Likebox en tu página

facebook DEVELOPERS Documentos Herramientas Asistencia Noticias Aplicaciones

Authentication

Advanced Topics

API Reference

SDK Reference

Plugins

Activity Feed

Comments

Facepile

Like Box

Like Button

Live Stream

Login Button

Recommendations Bar

Recommendations Box

Registration

Send Button

Share Links

Subscribe Button

fb:name

fb:profile-pic

Beta Plugins

Migrations

The minimum supported plugin width is 292px.

Facebook Page URL (?)

Width (?)

Height (?)

Color Scheme (?)
light

Show Faces (?)
 Show Faces

Border Color (?)

Stream (?)
 Show stream

Header (?)
 Show header

Búscanos en Facebook facebook

Witcamp
Me gusta Te gusta esto.

Witcamp
¿Te apetece un snack? Aquí una recomendación que tiene en cuenta tu rendimiento neuronal ;)

¿SABÍAS QUE
LAS NUECES FRENAN
EL ENVEJECIMIENTO

A 31,690 personas les gusta Witcamp.

Mandarina Adrià Lasse Rafael Hermann Fede Antonio

Isidro Daniel Masha Elsa Annie Cristina Marta

Plug-In social de Facebook



Promoción de la página

6. Incorporar Chicket Marketing



DIGITAL

© 2015 Tabarca Digital, S.L.



Promoción de la página

7. Incorporar los Social Plugins en las páginas



WORKSPACE
Espacio de trabajo



TUTELAJE
Pregunta al experto



CERTIFICADO
Descárgalo al terminar

El Community Manager es una figura que nace en las empresas para gestionar un nuevo canal de comunicación que ofrece grandes oportunidades pero que pocos saben aprovechar. En este curso evolucionaremos la figura del Community Manager al Social Technologies Strategist, profesional responsable de la aplicación de las tecnologías sociales en toda la organización. Este curso está recomendado como continuación a cualquier curso de Community Manager (nivel avanzado).

El videocurso incluye acceso a un workspace para realizar preguntas e intercambiar experiencias con otros community managers.

 +1 6

 Tweet 7

 Share 2

 Email 4

 7

 Like 15

 Send



Promoción de la página

8. Registrar eventos

Vicente Montiel Molina
Editar perfil

MIS EVENTOS

- 11 Próximos 16
- Calendario
- Anteriores
- + Crear

ESTA SEMANA

JORNADA de HABILITA...
Hoy a la(s) 16:00

JAM SESSION MIÉRCO...
Hoy a la(s) 22:00

CONCENTRACIÓN PRO...
Mañana a la(s) 18:00

De cañas con el Candidat...
Mañana a la(s) 20:00

Desprogramación Biológic...
Viernes a la(s) 19:00

Inauguración exposición ...
Viernes a la(s) 20:00

III Jornadas de Puertas A...
Sábado a la(s) 9:30



Curso "El Community Manager en la Empresa 2.0"
Inicio: viernes 10 de Abril de 2015
Duración: 40 horas
Profesor: Vicente Montiel

DESCUENTOS Y AYUDAS PARA ESTUDIANTES Y DESEMPLEADOS

Fundación Tripartita BIC • EURONOVA, S.A.
www.bic.es

ABR
10

Curso "El Community Manager en la Empresa 2.0" info@bic.es - 951 010 504

🌐 Público · Organizado por BIC Euronova - Formación

✓ Asistirá

✉ Invitar

✎ Editar

📧 Hootlet

⋮

🕒 Viernes, 10 de abril · ¿Añadir una hora?

📍 BIC Euronova - Formación
Avenida Juan López Peñalver, 21 - Parque Tecnológico de Andalucía [Mostrar mapa](#)

🎫 Entradas disponibles [Buscar entradas](#)
www.bic.es

Inicio: viernes, 10 de Abril de 2015
Duración: 40 horas
Profesor: [Vicente Montiel Molina @MontielVicente](#)
Información y matrícula: <http://www.bic.es/ver-curso/2>

Objetivos del curso:

- Que el alumno conozca las funciones de un C.M. en una organización empresarial.
- Transmitir las nociones básicas del Marketing Online

👤 Paqui, Gema y 9 amigos más han asistido

13 asistentes

ESTADÍSTICAS 🛡

730 alcance 📊

116 lo han visto 📊



Promoción de la página

9. Lanzar un Sorteo / Concurso

¿Quieres un Kindle Touch? Dinos tu lugar soñado para hacer formación online, comparte la foto y participa en nuestro sorteo!

¿HAMACAS EN LA PLAYA,
O UN ESPACIO PARA
FORMARTE Y DISFRUTAR?

1. Hazte fan de la página
2. Deja un comentario explicando desde qué lugar te gustaría formarte
3. Comparte esta imagen en tu muro

Y PODRÁS GANAR UN KINDLE TOUCH

Ya no me gusta · Comentar · Compartir 212

A ti y a otras 200 personas más os gusta esto.

Ver comentarios anteriores 49 de 240



Promoción de la página

10. Publica FB en medios tradicionales



DIGITAL



Estas son mis Cuentas

Aquí me encuentras profesionalmente

Estos son mis Blogs

vicentmym @MontielVicente /VicenteMontiel

TilbuY www.tilbuy.com

www.tabarcaconsulting.com

vicentemontiel.com vicentemontiel.tumblr.com

... y así es como yo pienso! :-)

NO TENGO TIEMPO PARA ODIAR A LOS QUE ME ODIAN, PUES ESTOY MUY OCUPADO QUERIENDO A LOS QUE QUIEREN

UNED Máster en Redes Sociales y Aprendizaje Digital www.masterredesuned.com

ECO Elearning Communication Open-Data www.ecolearning.eu

TWEETS 12,2K SIGUIENDO 33K SEGUIDORES 39,6K FAVORITOS 55 LISTAS 134

Editar perfil

Vicente Montiel

Tweets Tweets y respuestas Fotos y vídeos

Vicente Montiel @MontielVicente · 8 h ¿Te has matriculado ya en el curso online "Nuevas Profesiones 2.0" de la @FundacionUNED @UNED? ow.ly/ExJSL Empezamos 3 Diciembre

Vicente Montiel @MontielVicente · 19 de nov. Los profes del curso "Profesiones 2.0" serán @MontielVicente @Nestor_ro @TFeliz @SOAcado @Roberto_Aparici #Inscribete ow.ly/ExL11

Vicente Montiel @MontielVicente · 19 de nov. El 3 de Diciembre comenzamos el curso de la @FundacionUNED "Nuevas Profesiones

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

Milano-Bicocca @unimib Seguir

Università di Milano @LaS... Seguir

Expo Milano 2015 @Ex... Seguir

Tendencias · Cambiar

#MTVStars #AquiEstoy22N Ipurua #siempremessi



Twitter comenzó como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de **Obvious**, un pequeño start-up de San Francisco durante marzo de 2006.

El nombre original del producto era **twtr**, inspirado por Flickr. Al principio fue usado internamente por la compañía desarrolladora hasta que lo lanzó oficialmente al público en octubre del mismo año. El servicio rápidamente ganó adeptos, y en marzo de 2007 ganó el premio South by Southwest Web Award en la categoría de “Blog”

Use twtr to stay in touch with your friends all the time. If you have a cell and can txt, you'll never be bored again...EVER!

What your friends are

- Kevin Systrom babysitting
- Jeremy home - boys to bed
- Katie It's my birthday!

txt
(or)
What are you doing?
Send

Timeline
follow along with what your friends are doing throughout the day

- ★ Florian x [txt]
- ★ Garrett x [txt]
- ★ goldman x [txt]

what up?
send updates from your cell or from the web about whats in yr head

Sign in.
Mobile number (or email)
Password (or PIN)
 Remember me
Sign in

New? Sign up!
twtr works best when updated from your mobile phone. To verify you are you, we'll need your number.
Mobile number
Get started



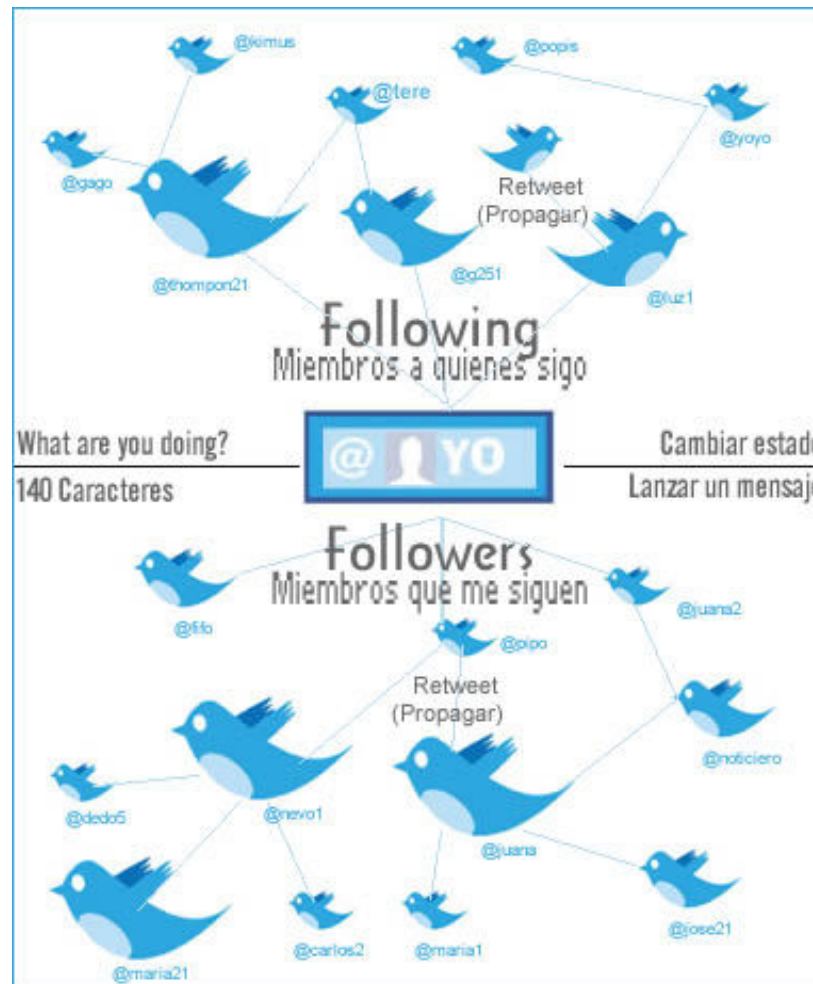
Twitter comenzó como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de **Obvious**, un pequeño start-up de San Francisco durante marzo de 2006.

El nombre original del producto era **twtr**, inspirado por Flickr. Al principio fue usado internamente por la compañía desarrolladora hasta que lo lanzó oficialmente al público en octubre del mismo año. El servicio rápidamente ganó adeptos, y en marzo de 2007 ganó el premio South by Southwest Web Award en la categoría de “Blog”

Jack Dorsey es el padre de esta aplicación web y actual presidente del Consejo de Administración de Twitter Inc, empresa que surgió a raíz de Obvious y el éxito cosechado por Twitter.

El gran éxito de Twitter es que dispone de una **API** abierta para todo tipo de desarrolladores, lo cual supone una gran ventaja para todos aquellos que quieran integrar Twitter como un servicio tanto en otras aplicaciones web como en aplicaciones de escritorio o móviles







Lenguaje Twitter

Tweet Mensaje compuesto por un máximo de 140 caracteres. Es a través del “tweet” como te comunicas en Twitter.

Followings Son aquellos a quiénes “seguimos”, cuyos tweets aparecerán en nuestro TimeLine (equivalente al muro de Facebook) o cronología.

Followers Son nuestros “seguidores”. Nuestros tweets aparecerán en su TimeLine o cronología.

Reply Es una forma de dirigirte o contestarle a otro usuario. Se hace tecleando la arroba @ seguido del nombre de usuario al comienzo del tweet.

Mención Es un tweet que menciona a alguien. Difiere del reply en que no va dirigido solo a esa persona sino a todos los followers de la persona que tuiteó.

Retweet Es un mensaje cuyo contenido no es obra de quién lo publica, sino de otra persona. ¿Quién? El usuario cuyo nombre aparece al principio, a continuación de las siglas RT.

Lenguaje Twitter

Hashtag Cualquier cosa que empiece con un símbolo # es un hashtag o etiqueta. Sirven para ordenar la información (los tweets).

Favorito Buena manera de guardar los tweets que consideramos relevantes y destacarlos sobre otros.

Mensajes Directos (MDs ó DMs) Es un mensaje privado que solo lo verá el usuario a quién está dirigido. Se compone tecleando la letra D al principio del mensaje, seguido del nombre de usuario y con un espacio de por medio.

Trending Topics Son los hashtags o temas más populares del momento.

Enlaces acortados Solemos ver direcciones “raras” y cortas en los tweets. Son direcciones web (URL) pero reducidas, a los fines de poder optimizar el uso de los 140 caracteres disponibles.



Consejos para tuiteros

- **Empieza escuchando.** Escucha, busca personas que generen temas interesantes a quién seguir, y presta atención al modo que se comunican.
- **Personaliza tu cuenta.** Personaliza la imagen de tu página de Twitter, incluye tu logotipo, utiliza colores corporativos.
- **Genera confianza y credibilidad.** Comprueba que lo que compartes es cierto, y no te hagas eco de bulos o noticias impactantes no verificadas.
- **Sé persona.** Opina, comparte temas que te resulten de interés a título personal o profesional, adapta el lenguaje.
- **Pregunta.** Comunícate con quiénes te siguen, utiliza tu cuenta para preguntarles directamente o recibir sus sugerencias acerca de tus servicios.
- **Genera actividad, no molestias.** No es fácil precisar qué cantidad de tweets es recomendable publicar cada día, o cada hora. Utiliza tu sentido común y no envíes mensajes excesivamente frecuentes.



Consejos para tuiteros

- **Responde siempre.** A través de Twitter estás abriendo la puerta a que tu clientela, competencia, amistades o enemistades se dirijan a ti de forma pública. Recibirás comentarios positivos, elogios, consultas... pero también críticas. Responde a todos ellos.
- **Utiliza etiquetas (hashtags).** Utiliza etiquetas en tus mensajes para relacionarlos con una determinada temática o actividad. Esto contribuirá a aumentar la visibilidad en Twitter de los mensajes que publiques.
- **Utiliza los mensajes directos.** Para aquellas cuestiones que no tengan interés para la comunidad, y mensajes que solamente vayan dirigidos a una persona concreta.
- **Acorta las URL.** Si vas a incluir enlaces externos, ten en cuenta que, al estar limitado el número de caracteres, debes acortarla al máximo.



Consejos para tuiteros

Una mala ortografía arruina el mejor mensaje



Trabajos



- Elegir un sector/actividad de interés y crear una Página
- Promocionar la página y lograr al menos 75 seguidores en 1 semana



- Crear un Hashtag asociado al sector/actividad elegido en FB
- Crear una lista pública con las cuentas de todos los compañeros del curso.
- Lograr al menos 100 seguidores en 1 semana.



Esto es todo amigos!!



Vicente Montiel Molina

@MontielVicente

vmontiel@tabarcaconsulting.com

<http://vicentemontiel.com/>

LAS NUEVAS PROFESIONES 2.0. EL COMMUNITY MANAGER