

Dña Fátima Martínez López



Tras estudiar Publicidad y RRPP y completar su formación en Esic y Cesma, los medios de comunicación se convirtieron en su gran escuela durante 28 años.

El País, Época, América Ibérica, Axel Springer, Grupo Sferay los últimos 13 años en Vocento como Directora Comercial de Madrid de ABC, Radio, TV y Gerente de la Multimedia.

En la actualidad Consultora, Dircom y Formadora de distintas empresas... y apasionada del Social Media.

Forma parte del Ranking de las 100 Mujeres que Mejor Comunican en la Red de Wellcomm Community. Incluida en el ranking de Elena Gómez del Pozuelo "Consejeras y Consejables" como una de las 40 mujeres más influyentes en la red y las nuevas tecnologías

Blog profesional: <http://fmlopez48.wordpress.com/>
"Luces y Sombras de las Marcas" sobre Comunicación, Publicidad, Marketing y Social Media

Blog personal: <http://fatimamartinezlopez.com/>
Página web: <http://fatimamartinez.com>
Twitter: @fmlopez48

INSCRIPCIÓN E INFORMACIÓN

Fecha: 21 de Junio de 2011

Lugar: Madrid. C/ Métrida 6, Local
28043 - Madrid

Coste: 450 € + IVA (18%). **Total 531 € por asistente**
Puede salirle gratis si se inscribes antes del 13 de junio por la Fundación Tripartita.

Inscripción:

- Mediante el formulario web accesible en: <http://www.ateneainteractiva.com>
- Por teléfono: **902 365 612**. Contacte con el Departamento de Eventos
- Por e-mail: Envíenos sus datos a: inscripciones@ateneainteractiva.com



Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO
Bonificable por la Fundación
Tripartita



REDES SOCIALES EN LA EMPRESA

MADRID, 21 DE JUNIO DE 2011

Estimado Profesional,

La comunicación está evolucionando a un ritmo vertiginoso, ningún medio de comunicación ha sido tan global como lo son hoy en día las redes sociales, **Facebook** ha incorporado en un mes 100 millones de usuarios, en este momento tiene 690 millones de usuarios en el mundo, **Twitter** 200 millones, **LinkedIn** 100 millones, **Tuenti** comprada recientemente por Telefónica tiene cerca 9 millones de usuarios. Los consumidores ya no quieren permanecer estáticos ante las marcas, quieren ser escuchados, quieren decir lo que opinan, recomiendan a sus amigos, censuran las cosas que les parecen incorrectas. Ha cambiado muchísimo la comunicación.

En el presente seminario conoceremos las diferentes redes sociales y cómo éstas se tienen que incorporar a las políticas de comunicación y de marketing de la empresa. También conoceremos las herramientas disponibles que nos permiten monitorizar lo que se está diciendo de nuestra empresa en las redes sociales y el impacto que tiene nuestras acciones en las mismas.

Es el momento de formar un equipo en la empresa para gestionar de forma adecuada su presencia en las redes sociales, conocer los perfiles profesionales necesarios para ello y a reconocer, en ellos, su “marca personal” de forma que se refuerce la imagen de la empresa en el mercado.

Aprenderemos como aplicaremos a nuestro negocio tecnologías que ya están presentes como la geolocalización y el marketing móvil.

Le animamos a participar y compartir sus inquietudes con los ponentes y con el resto de asistentes, entre los cuales algunos están inmersos ya en proyectos apasionantes en el “mundo de las redes sociales”

¡Reserve en su agenda el próximo 21 de Junio!

DIRIGIDO A...

- Directores Generales y Gerentes de Sociedades Anónimas y Limitadas
- Directores de Marketing y Comunicación
- Directores de canales alternativos
- Responsables de nuevas tecnologías
- Responsables de seguridad
- Responsables de atención al cliente
- Responsables de post venta
- Emprendedores
- Administraciones públicas obligadas por la ley 11/2007
- Banca electrónica y seguros
- Profesionales de cualquier ámbito que deseen aprender a gestionar los nuevos canales

OBJETIVOS

- Conocer las principales redes sociales y sus diferencias
- Acercar las herramientas necesarias para que la empresa pueda aprovechar las posibilidades que nos ofrece la Red
- Aprender el mejor uso de las Redes Sociales y el lenguaje propio de cada red social
- Aprender a monitorizar la presencia de la empresa en redes sociales
- Mejorar y completar el plan estratégico de comunicación y marketing tradicional
- Conocer que perfiles profesionales son los más idóneos para la gestión de una presencia eficaz en redes sociales
- Optimizar la marca personal de los empleados y saber cómo éstos pueden ayudar a la empresa

PROGRAMA DE LA JORNADA

9:30 -10:00 Que comprende el marketing 2.0

- La Web de empresa
- Principales Redes Sociales
- Blogs corporativos
- Foros y Wikis
- Canales : Youtube, Vimeo, Flickr
- Foursquare Facebook Place

10:00 -10:30 Principales Redes Sociales

- Twitter
- Facebook
- LinkedIn
- Xing
- Quora
- Redes Sociales internas

10:30-11:00 Como elegir la Red apropiada para cada negocio

11:30-12:30 La comunicación en Red

- Diferencias de lenguaje y contenido
 - Twitter
 - Facebook
 - LinkedIn y Xing
 - Quora
- Como gestionar una crisis en Red
- Casos de éxito

12:30-14:00 Aplicaciones y estadísticas de análisis para Facebook y Twitter

- Principales herramientas para optimizar el uso de Twitter
- Aplicaciones para las fanpage de Facebook
- Estadísticas para realización de informes de resultados

15:30-16:30 El equipo de Social Media en la empresa

- Social Media Manager: Perfil y funciones
- Community Manager: Perfil y funciones
- Los empleados: una fuente de crecimiento para la empresa
- Las agencias de Social Media

16:30-17:00 Marca personal

- Como optimizar nuestra marca personal en Social Media
- Como ayudar a la empresa con nuestros perfiles

17:00-17:30 Geolocalización y Marketing Móvil

- El uso de 4sq y FB Place
- Aplicaciones para empresas en Smartphones

17:30-18:00 Realidad Aumentada

- En qué consiste
- Cómo aplicarla a nuestro negocio