

ÍNDICE SISTEMÁTICO

| | <u>PÁGINA</u> |
|---|---------------|
| Sumario | 5 |
| Prólogo | 7 |
| Capítulo 1. Introducción y tipología de redes sociales | 9 |
| Objetivos del capítulo | 10 |
| 1. Los medios sociales frente a los medios tradicionales | 11 |
| 2. ¿Qué es una red social? | 13 |
| 3. Evolución de las redes sociales en internet | 16 |
| 4. Las redes sociales en la actualidad | 18 |
| 5. Características de las redes sociales en internet | 21 |
| 6. Tipología de redes sociales | 23 |
| Conceptos básicos | 25 |
| Glosario del capítulo | 26 |
| Actividades de repaso | 27 |
| Referencias bibliográficas | 27 |

| | |
|--|-----------|
| Capítulo 2. Las redes sociales dentro de la estructura de la empresa .. | 29 |
| Objetivos del capítulo | 30 |
| 1. La importancia de las redes sociales en la empresa | 31 |
| 2. Los distintos perfiles que trabajan las redes sociales | 33 |
| 3. ¿Cómo elegir la mejor estructura para la gestión de las redes sociales? | 35 |
| 3.1. Ejemplos de estructuras de gestión de redes sociales en la empresa ... | 37 |
| 4. La atención al cliente en las redes sociales | 43 |
| 4.1. Antecedentes | 43 |
| 4.2. Actualidad | 44 |
| 4.3. Estrategia | 44 |
| 5. Relación del equipo de <i>social media</i> con otros departamentos en la empresa | 46 |
| Conceptos básicos | 49 |
| Glosario del capítulo | 51 |
| Actividades de repaso | 52 |
| Referencias bibliográficas | 53 |
| | |
| Capítulo 3. Plan estratégico de redes sociales | 55 |
| Objetivos del capítulo | 56 |
| 1. La importancia de contar con un plan de redes sociales alineado con el plan estratégico de la empresa | 58 |
| 2. El análisis previo | 60 |
| 2.1. Análisis externo | 61 |
| 2.2. Análisis interno | 66 |
| 2.3. Análisis DAFO | 68 |
| 3. Objetivos | 71 |
| 4. Estrategia | 74 |
| 5. Acciones | 79 |
| 5.1. Presupuesto | 80 |
| 5.2. Calendario | 81 |
| 6. Plan de contingencia | 82 |

| | |
|--|------------|
| Conceptos básicos | 86 |
| Glosario del capítulo | 87 |
| Caso práctico | 89 |
| Test de autoevaluación | 90 |
| Referencias bibliográficas | 91 |
| Capítulo 4. Facebook: incrementar la presencia de nuestra marca ... | 93 |
| Objetivos del capítulo | 94 |
| 1. Introducción: ¿qué es Facebook y cómo nos puede ayudar? | 96 |
| 2. Principales elementos en el ámbito profesional | 102 |
| 2.1. Ventajas de las páginas de empresa | 102 |
| 2.2. Gestión de las páginas de empresa | 104 |
| 2.3. Publicación desde las páginas de empresa | 107 |
| 3. Promoción de contenidos | 111 |
| 4. Analítica | 117 |
| 4.1. Páginas de empresa | 117 |
| 4.2. Anuncios | 118 |
| 5. Casos de éxito | 120 |
| Conceptos básicos | 122 |
| Glosario del capítulo | 124 |
| Caso práctico | 125 |
| Referencias bibliográficas | 126 |
| Capítulo 5. Twitter: 280 caracteres para lograr los objetivos | 127 |
| Objetivos del capítulo | 128 |
| 1. Introducción: ¿qué es Twitter y cómo nos puede ayudar? | 130 |
| 2. Principales elementos | 134 |
| 2.1. Principales características | 134 |
| 2.2. Elementos básicos | 136 |
| 2.3. Gestión | 138 |

| | |
|--|------------|
| 3. Publicidad | 145 |
| 3.1. Tipos de publicidad en función de los objetivos | 146 |
| 3.2. Tipos de publicidad en función de los formatos | 146 |
| 3.3. Posibilidades de segmentación | 148 |
| 3.4. Anuncios <i>takeover</i> | 149 |
| 3.5. Twitter Amplify | 151 |
| 4. Analítica | 151 |
| 5. Casos de éxito | 153 |
| Conceptos básicos | 155 |
| Glosario del capítulo | 156 |
| Actividades de repaso | 158 |
| Referencias bibliográficas | 161 |
| | |
| Capítulo 6. LinkedIn. La red social profesional por excelencia | 163 |
| Objetivos del capítulo | 165 |
| 1. Introducción: ¿qué es LinkedIn y cómo nos puede ayudar? | 166 |
| 2. LinkedIn para los profesionales | 167 |
| 2.1. Creación del perfil y configuración de la cuenta | 167 |
| 2.2. Cómo comenzar a relacionarnos | 170 |
| 2.3. Herramientas de publicación | 174 |
| 2.4. Grupos | 177 |
| 2.5. LinkedIn en el móvil | 179 |
| 3. LinkedIn para las empresas | 179 |
| 3.1. Páginas de empresa | 179 |
| 3.2. Herramientas de publicación | 181 |
| 3.3. Grupos | 183 |
| 3.4. Publicidad..... | 183 |
| 4. Analítica | 189 |
| 5. Otras herramientas interesantes | 190 |
| 5.1. LinkedIn Learning | 190 |
| 5.2. LinkedIn Profinder | 190 |

| | |
|--|------------|
| 5.3. Talent Insights | 190 |
| 5.4. Salary | 191 |
| 6. Casos de éxito | 191 |
| Conceptos básicos | 193 |
| Glosario del capítulo | 194 |
| Actividades de repaso | 195 |
| Referencias bibliográficas | 197 |
| | |
| Capítulo 7. YouTube: el segundo buscador más importante de internet | 199 |
| Objetivos del capítulo | 200 |
| 1. Introducción: ¿qué es YouTube y cómo nos puede ayudar? | 202 |
| 2. Principales elementos | 206 |
| 3. La publicidad | 212 |
| 4. YouTube Analytics | 217 |
| 5. Casos de éxito | 220 |
| Conceptos básicos | 222 |
| Glosario del capítulo | 223 |
| Actividades de repaso | 224 |
| Referencias bibliográficas | 224 |
| | |
| Capítulo 8. Instagram. El poder de la imagen | 227 |
| Objetivos del capítulo | 228 |
| 1. Introducción: ¿qué es Instagram y cómo nos puede ayudar? | 229 |
| 2. Principales elementos | 231 |
| 3. Promoción de contenidos | 236 |
| 4. Analítica | 238 |
| 5. Casos de éxito | 239 |

| | |
|---|------------|
| Conceptos básicos | 241 |
| Glosario del capítulo | 242 |
| Actividades de repaso | 242 |
| Referencias bibliográficas | 243 |
| Capítulo 9. Otras redes sociales | 245 |
| Objetivos del capítulo | 246 |
| 1. Introducción | 247 |
| 2. Spotify | 247 |
| 3. Pinterest | 249 |
| 4. WhatsApp | 251 |
| 5. Snapchat | 253 |
| 6. Telegram | 253 |
| 7. Tinder | 254 |
| 8. TikTok | 255 |
| 9. Waze | 256 |
| 10. VERO | 257 |
| 11. Twitch | 258 |
| Conceptos básicos | 260 |
| Glosario del capítulo | 261 |
| Actividades de repaso | 262 |
| Referencias bibliográficas | 262 |
| Capítulo 10. Herramientas para el <i>community manager</i> | 265 |
| Objetivos del capítulo | 266 |
| 1. Monitorización y programación. Hootsuite | 268 |
| 2. Herramientas específicas para cada red social | 271 |
| 3. Herramientas para la escucha activa | 274 |

| | |
|---|-----|
| 4. Herramientas acortadoras de URL | 279 |
| 5. Herramientas para la generación de contenido | 280 |
| Conceptos básicos | 291 |
| Glosario del capítulo | 292 |
| Actividades de repaso | 293 |
| Referencias bibliográficas | 293 |

