

Workshop Digital Identity & Online Reputation



“No hay empresa pequeña ni multinacional grande, que pretenda ser eficiente sin tener en cuenta su reputación online”

Dictado por: Juan Merodio - Experto en Marketing Digital y Redes Sociales

· Desde 2009 ha formado a más de 10.000 personas asesorando a más de 150 empresas para desarrollar sus estrategias digitales de manera efectiva. Juan es ponente habitual en congresos de reconocido prestigio internacional, así como profesor de las mejores Escuelas de Negocio y Universidades.

· Emprendedor nato, socio-fundador de Marketing Surfers, agencia de Marketing 2.0; Fundador de Empeñe Finance, empresa que ayuda a emprendedores a conseguir financiación para sus proyectos y Socio Director de Marketing de SocialVane, herramienta de motorización inteligente basada en big data y en inteligencia artificial. Su última aventura emprendedora es Engage Colombia, un proyecto internacional enfocado en Latam, mediante la creación de una agencia de transformación digital de negocio para adaptarse a la nueva economía.

· Ha recibido varios premios entre los que destaca Jóvenes Emprendedores Sociales de la Universidad Europea de Madrid, Social Media 2013. Además Juan ya ha publicado ocho libros de Marketing 2.0 aplicado a empresas.

Dirigido a:

Profesionales interesados en definir la estrategia digital para sus marcas y empresas.

Duración: 8 horas

Reputación online

Internet es sin duda una herramienta valiosa para la promoción de tus marcas y para conocer qué se dice de ellas; pero debería ser también un instrumento para formar la percepción que las personas tienen en torno a ellas.

Contenido

- ¿Qué es la reputación online de las marcas?
- ¿Cómo saber qué reputación online tiene mi marca?
- ¿Cómo empezar a trabajar en mi reputación online?
- Definir las herramientas para monitorizar tu marca online.

Identidad Digital

La identidad digital es lo que somos para otros en la red, o mejor dicho, lo que la red dice que somos. Esta identidad se va conformando con nuestra participación, directa o inferida, en las diferentes comunidades y servicios de internet. Las omisiones al igual que las acciones, constituyen parte de nuestra identidad, por lo que dejamos de hacer.

Contenido

- ¿Qué conforma tu identidad digital?
- ¿Sabes cómo quieres que sea tu identidad digital?
- Definir tu página web como estrategia de negocio
- Creación del briefing estratégico de la web de la empresa
- ¿Cómo definir tu identidad digital en social media?
- ¿Qué hacer para que lo que se hace en redes sociales aporte al desarrollo de tu identidad digital?

Content y Context Marketing

Es importante crear una estrategia de contenidos adaptada a tus potenciales clientes, para conseguir atraerlos y convertirlos a posteriori en clientes. Para ello es necesario conocerlos y saber qué los motiva y qué canales y formatos debemos usar.

Contenidos

- Content y Context Marketing
- Creación de un mapa de empatía. Desarrollo e implementación.
- Definición de la estrategia de content
- ¿Cómo medir resultados en content?
- Tipos de contenido que se pueden utilizar

Nuria Coronado
comunicacion@juanmerodio.com
Telf: (34) 667 022 566

Un evento de:

El Blog de Juan Merodio