

Social Media Listening

Curso

29 de junio al 03 de agosto, 2019

6 sesiones | 24 horas | Sábado de 10 a 14 hrs

Precio \$13,080

Consulta Promociones

¿De qué trata?

Comprenderás los principales usos y alcances del Social Listening para la construcción de una estrategia de marca y la implementación u optimización de una estrategia digital. Aprenderás a utilizar keywords y queries para conocer la percepción de una marca y sus competidores analizando conversaciones de usuarios digitales a través de análisis y reportes con foco en la toma de decisiones. Finalmente, conocerás las principales herramientas disponibles para monitorear redes sociales antes de crear una estrategia y después de ejecutarla, incluyendo la detección y el manejo de una crisis de marca.

¿Quién imparte?

Julián Esbri | Dirige el departamento de Analytics en Ogilvy, una de las redes publicitarias más reconocidas a nivel mundial y la agencia número 1 en Data & Analytics en México según SCOPEN. Cuenta con más de 8 años de experiencia y ha trabajado con clientes como Aeroméxico, American Express, Heineken, Nestlé, Nutella, Starbucks, Warner Bros., entre otros. Pevio a su paso por Ogilvy, inauguró el departamento de Data & Analytics en Circus Marketing, manejando clientes "data-driven" como Netflix, Spotify y Uber. Ha colaborado en campañas locales, regionales y globales, algunas de las cuales han sido reconocidas en certámenes de la industria como Cannes Lions, One Show y D&AD.

Informes

T. 2789 9000 exts. 8965 y 8976
☎ 55 4345 9023 y 5580450402
✉ emedinaa@centro.edu.mx
centro.edu.mx/ec
f @educontinua.centro

Centro de diseño, cine y televisión

Más información en centro.edu.mx
f @centro.edu.mx
t @centro_news
@centro_U
Av. Constituyentes 455, Col. América
#MomentosCENTRO

¿A quién va dirigido?

Profesionales de la industria de la publicidad y la mercadotecnia con interés en comprender el rol de la escucha digital dentro de la percepción de una marca. Para tomar este curso se requiere de forma obligatoria contar con acceso a una herramienta de Social Listening (Sysomos, Crimson Hexagon, Brandwatch, Netbase, Nuvi, Digimind, Talkwalker, etc.).

¿Qué aprenderé?

- Introducción al análisis de datos
- Introducción a Social Analytics
- Pensamiento analítico y toma de decisiones estratégicas
- Introducción al Social Listening
- Mitos, consideraciones y limitantes del Social Listening
- Usos del Social Listening
- Construcción de queries
- Principales visualizaciones
- Herramientas principales: Crimson Hexagon, Brandwatch, Sysomos, Netbase
- Estructura de un análisis de Social Listening
- Detección de alertas y manejo de crisis
- Casos de estudio: Campañas basadas en Social Listening
- Caso práctico

Informes

T. 2789 9000 exts. 8965 y 8976
☎ 55 4345 9023 y 5580450402
emedinaa@centro.edu.mx
centro.edu.mx/ec
f @educontinua.centro

Centro de diseño, cine y televisión
Más información en centro.edu.mx
f @centro.edu.mx
t @centro_news
o @centro_U
Av. Constituyentes 455, Col. América
#MomentosCENTRO