

image not found or type unknown



Cómo preparar un plan de social media marketing

Fecha de publicación:
05/03/2013

Pedro Rojas, María Redondo

Sello Editorial:
Gestión 2000

¿Tu empresa carece de un plan de social media?, ¿no consigues un puesto importante en redes sociales?, ¿todavía no evalúa su presencia online?, ¿no ha incorporado la tecnología 2.0 en su día a día?

Contacto de prensa

En la actualidad, un setenta y ocho por ciento de las organizaciones utilizan activamente las redes sociales y las estrategias de social media, pero sólo el cuarenta y uno por ciento lo hace a través de un plan elaborado a medida.

Nombre: Alba Ríos

A tenor de estos datos resulta obvio que la mayoría de las empresas no poseen una política bien definida acerca del uso de estos recursos y queda de manifiesto que el social media aún no está integrado en la burocracia de las mismas, independientemente de su tamaño. Esto representa un problema esencial a la hora de poner en marcha un plan de social media marketing, y lo es especialmente para los consultores, ya que no sólo han de persuadir de los beneficios que ofrece a los directivos de una compañía, sino que también han de enfrentarse a la inercia de su funcionamiento interno que suele poner impedimentos a la integración 2.0.

Teléfono: 93 492 86 58

Email:
arios@planeta.es

Nombre: María José Bertrán

Este libro, escrito por los reconocidos especialistas en redes sociales, Pedro Rojas y María Redondo, te servirá de guía para elaborar paso a paso un plan totalmente integrado en la filosofía de tu compañía. Y lo hace a través de cuatro grandes áreas: la observación, la operativa, la ejecución y la evaluación. Ahora es tu momento.

Teléfono: 93 492 82 03

Email:
mjbertran@planeta.es

¡Ponlo en práctica!

image not found or type unknown



Pedro Rojas

Pedro Rojas (@seniormanager) es director académico de Inesdi Digital Business School, y consultor especialista en la elaboración de planes de social media, en estrategia digital y en RR.HH. 2.0 en @ThePlanCompany. Licenciado en ADE y en Contaduría Pública con especialización en Finanzas por la Universidad Santa María, y posgrado en community management en EAE Business School, ha sido profesor universitario y de máster en marketing digital. Es autor de *Reclutamiento y Selección 2.0* (UOC), *Community management en una semana* (Gestión 2000) y *Community management para Dummies*.



María Redondo

María Redondo (@mariaredondo) es social media strategist en @ThePlanCompany, especializada en el diseño y desarrollo de estrategias en redes sociales para organismos públicos y organizaciones privadas, y directora del programa de social media management en Inesdi Digital Business School. Además, es profesora en materias digitales en varias escuelas de negocio y universidades de prestigio. Está licenciada en Ciencias Políticas por la Universitat Pompeu Fabra, con posgrado de Comunicación en EAE Business School, y posgrado en Gestión de Personas en EADA.