

CURSO

aedemo[®]

CÓMO INVESTIGAR EN SOCIAL MEDIA

KPI'S, HERRAMIENTAS Y MÉTRICAS



Jueves, 31 de marzo 2016

MADRID

Objetivo del curso

Conocer técnicas para realizar estudios de mercado a través de diferentes herramientas de monitorización y análisis de *social media* con aplicación de metodologías específicas de investigación.

Destinatarios

Profesionales, estudiantes y docentes de investigación de mercados, marketing y metodologías de investigación.

Programa

SESIÓN MAÑANA >> 10 a 14 h.

USO DE HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN Y APLICACIONES PRÁCTICAS

■ ¿CÓMO INTEGRAR LOS SOCIAL MEDIA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS?

- Ventajas de integrar los social media con otras técnicas de investigación: observación pasiva del comportamiento digital, encuestas...

■ USO DE HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN

- Factores clave en la selección de una herramienta
- Configuración
- Categorización, codificación e interpretación
- Detección de Influencers
- Análisis de redes: ¿cómo se construye la conversación?

■ APLICACIONES A CASOS REALES

- Análisis de tendencias
- Análisis de eventos
- Detección y explicación de una crisis
- Análisis de reputación de marca
- Análisis de influencers: detección, grado de influencia y segmentación

■ PRÁCTICA CON HERRAMIENTA DE MONITORIZACIÓN AVANZADA (BUZZMOMETER)



Profesor: Xavier Moraño, *Head Specialist Quantitative*. TARGET EMPÍRICA

Linkdin: <http://linkd.in/1EYojSL>

SESIÓN TARDE >> 15.30 a 19.30 h.

KPI'S, MÉTRICAS Y HERRAMIENTAS EN SOCIAL MEDIA

■ LA CARA OCULTA DEL 2.0

- ¿Qué es la netnografía y en qué me puede ayudar?
- La medición de la reputación e imagen de marca
- El BOE

■ MÉTRICAS Y KPI'S EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL MEDIA

- Distinguiendo Métricas y Kpi's
- Características SMART
- El cuadro de mandos óptimo
- Métricas más usuales

■ INTEGRACIÓN DE LA MEDICIÓN EN LA ESTRATEGIA DE MARCA

- Tras las huellas del comprador. El *engagement*
- Social CRM
- Big Data e IoT

■ LAS HERRAMIENTAS GRATUITAS (O CASI)

- Ventajas e inconvenientes
- Selección de herramientas y beneficios

■ TALLER PRÁCTICO

- Análisis de marca con herramientas gratuitas



Profesor: Javier Melero, *Digital Data Intelligent & Innovation Director*. ISOBAR

Linkdin: <http://linkd.in/1HM9eat>

Fecha y lugar de celebración

31 de marzo del 2016: de 10 a 14 h. y de 15.30 a 19.30 h.

AEDEMO MADRID

C/ Alberto Bosch,13, MADRID.

Cuota de inscripción

● Hasta el 15 de marzo (incluido):

Socios AEDEMO 245 € + 21% IVA
 No Socios AEDEMO 380 € + 21% IVA

● A partir del 16 de marzo (incluido):

Socios AEDEMO 345 € + 21% IVA
 No Socios AEDEMO 480 € + 21% IVA

Becas de 50% de bonificación para socios desempleados, socios junior y estudiantes universitarios desempleados.

* **PLAZAS LIMITADAS**

Información e inscripciones

AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)

C/ Alberto Bosch, 13 - 5ª planta. 28014 Madrid • Tels. 91 330 07 19 - 93 363 10 50

e-mail: aedemo@aedemo.es

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN DISPONIBLE EN:

www.aedemo.es