

CURSO

aedemo[®]

CÓMO INVESTIGAR EN SOCIAL MEDIA

KPI'S, HERRAMIENTAS Y MÉTRICAS



Martes, 20 de septiembre 2016

BARCELONA

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 Morano, *Head Specialist Quantitative*. TARGET EMPÍRICA

Linkdin: <https://es.linkedin.com/in/xmorano>

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
- *Case Study*: Nintendo
- Retos del análisis

■ MÉTRICAS Y KPI'S EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL MEDIA

- Distinguiendo Métricas y Kpi's
- Métricas más usuales y análisis 3D
- El cuadro de mandos óptimo
- *Case Study*: Fundación Telefónica
- Píldora práctica: Kpi's vs. Métricas

■ INTEGRACIÓN DE LA MEDICIÓN EN LA ESTRATEGIA DE MARCA

- Tras las huellas del comprador
- Buscando silos de contenidos
- Customer Analytics
- IoT y Big Data. Introducción y las 4 V's

■ LAS HERRAMIENTAS GRATUITAS (O CASI)

- Ventajas e inconvenientes
- Selección de herramientas y beneficios
- *Case Study*: Disney
- Píldora práctica: herramientas de análisis Facebook



Profesor: Javier Melero, *Data Scientist & Social Media Strategist.*
THE FRESH SOCIAL CONSULTING

Linkdin: <http://linkd.in/14hNtgV>

Fecha y lugar de celebración

20 de septiembre del 2016: de 10 a 14 h. y de 15.30 a 19.30 h.

ESPACIO CREC

Carrer de Blesa 27, Barcelona.

Cuota de inscripción

- Hasta el 5 de septiembre (incluido):
- A partir del 6 de septiembre (incluido):

<input type="checkbox"/> Socios AEDEMO	245 € + 21% IVA	<input type="checkbox"/> Socios AEDEMO	345 € + 21% IVA
<input type="checkbox"/> No Socios AEDEMO	380 € + 21% IVA	<input type="checkbox"/> 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