



## MARKETING DIGITAL

### El nuevo consumidor: SMM y Community Management

#### OBJETIVOS

El curso tiene una visión teórico-práctica y un objetivo claro, el de dar a conocer el nuevo rol que juega el turista como consumidor multicanal y a la vez cual es el mejor modo de llegar a él mediante un óptico de medios sociales. Usando las mejores prácticas del sector.

#### DIRIGIDO A

- Responsables de calidad con o sin experiencia
- Propietarios y directores de establecimientos y empresas turísticas

#### PROGRAMA

##### 1. Quién es el turista: Rol multicanal

1. Diferencias generacionales: millennials, sus padres y abuelos.
2. Proceso de decisión de compra: interacción con los canales:
  1. Cómo se comporta un baby boomer.
  2. Cómo se comporta la generación X.
  3. Cómo se comporta la generación Y.
  4. Cómo se comporta la generación Z.
3. Rasgos comunes: el "estereotipo digital".

##### 2. Cómo llegamos a él: Óptico de medios y Community Management

1. Visión periférica de los medios sociales: No todo es Facebook
2. Las mejores prácticas de uso: desde la estrategia a la táctica
3. ORM: Online Reputation Management
4. Community Manager y otros roles de no menos importancia

#### LO "+" DE ESTA FORMACIÓN

Sin duda hemos de destacar la practicidad de la formación, ya que a medida que se van adquiriendo los conocimientos teóricos, se van complementando con casos de éxito y con ejemplos que nos permiten verificar todo aquello que se está digiriendo en la sala. Además la metodología del curso nos permite realizar una práctica grupal con los conocimientos adquiridos.