

TALLERES GRATUITOS PARA LA CONSOLIDACION DE EMPRESAS

DIRIGIDOS PREFERENTEMENTE A NUEVOS AUTONOMOS, EMPRENDEDORES Y DESEMPLEADOS

Los primeros meses de actividad de una pequeña empresa son fundamentales. Son muchas las incidencias (trámites, problemas de financiación, impuestos, impagos, pérdida inesperada de clientes, etc.) a las que se tiene que enfrentar. Estos dos talleres complementarios, de 5 horas de duración cada uno, pretenden dar al nuevo (o futuro) empresario las respuestas y herramientas necesarias para solucionar algunos de los aspectos más problemáticos de su actividad, y además dotarles de armas para que sean más competitivos.

DIRIGIDOS PREFERENTEMENTE A AUTÓNOMOS, EMPRENDEDORES Y DESEMPLEADOS

LUGAR: CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE HUESCA

FECHAS: **JUEVES 4 DE JUNIO Y VIERNES 5 DE JUNIO DE 9 A 14 H.**

INFORMACION E INSCRIPCIONES: CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE LA PROVINCIA DE HUESCA (974.21.88.99)

PLAZAS LIMITADAS

PROGRAMA

TALLER DIA 4 de Junio 2015 de 9:00 a 14:00 horas

MOD1. CÓMO UNA PEQUEÑA EMPRESA PUEDE SACAR PARTIDO A LAS POSIBILIDADES QUE OFRECE INTERNET (4H)

- e-empendedor: planificando mi negocio en internet
- Herramientas gratuitas en la red
- Redes sociales
- Marketing digital

MOD2. GENERACION DE IDEAS DE NEGOCIO A TRAVÉS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS (1H)

- Cómo trabajar con la herramienta del mapa de empatía en internet y las redes sociales.
- Presentación de Software y plantillas para desarrollar en lienzo Canvas.

TALLER DIA 5 de Junio de 2015 de 9:00 a 14:00 horas

MOD1. COMO SER TU PROPIO COMMUNITY MANAGER (4 H)

- Gestión de contenidos en Redes sociales.
- Claves para generar contenidos que aporten valor a clientes.
- Funcionamiento de Hootsuite, la plataforma más usada para gestionar la presencia de una empresa en varias redes sociales.
- Cómo gestionar un boletín electrónico periódico o newsletter para poder realizar campañas de e-mail marketing eficaces.

MOD2. COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE CRISIS (1H)

TALLERES DE CONSOLIDACION PARA AUTONOMOS (Descripción)

TALLER DIA 4 de Junio 2015 de 9:00 a 14:00 horas

MOD1. CÓMO UNA PEQUEÑA EMPRESA PUEDE SACAR PARTIDO A LAS POSIBILIDADES QUE OFRECE INTERNET (4 H.)

Internet se ha convertido en un medio de gran relevancia para la comunicación de los productos y servicios que se ofrecen en una empresa y acciones que la misma desarrolla.

Por tanto, es fundamental que el autónomo o responsable de la empresa utilice este medio como uno más para la comunicación de sus acciones y la promoción de su empresa.

El primer paso es planificar cómo vamos a presentarnos en internet. Debemos conocer los aspectos fundamentales que no podemos saltarnos (Ley de protección de datos, normativa de seguridad, pasarelas de pago, etc).

La imagen corporativa a través de internet también es primordial. El empresario debe ser consciente del boca a boca que ahora se lleva a cabo a través de las redes sociales y debe estar allí tanto para conocer qué es lo que se habla de su marca como para provocar que se hable bien de ella y poder responder a las consultas, quejas o sugerencias que se emiten a través de este medio.

Hay gran cantidad de herramientas y plataformas gratuitas en internet que permiten al autónomo desarrollar su imagen corporativa e intentar incrementar el conocimiento de su muy recientemente creada empresa o marca.

A través de esta sesión se explican las herramientas de marketing y comunicación en internet. Para ello, se listan las características de cada una de ellas, el tipo de usuario que acceder a ellas y, teniendo en cuenta dicha información, los usos sugeridos en cada caso.

Se analizan tanto las redes sociales como el posicionamiento en internet y otras herramientas de publicidad y comunicación que existen como Google Adwords o anuncios en portales relacionados. Además, se indican los pasos y aspectos a tener en cuenta en cada una de estas opciones. De esta forma, el empresario podrá optimizar al máximo su sitio web y la comunicación que realiza a través de internet.

MOD2. GENERACION DE IDEAS DE NEGOCIO A TRAVÉS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS (1 H.)

Es importante valorar el uso de herramientas complementarias como pueden ser las redes sociales y el mapa de empatía, con el objeto de sacar el máximo partido a cada una de ellas y conseguir optimizar nuestros recursos. De esta forma, esperamos ayudar a conocer de cerca nuestro cliente y potencial cliente y sus necesidades.

A través del ordenador podemos crear un lienzo canvas más fácil de compartir o guardar para nuestro uso tanto para consultar como para modificar los apartados que consideremos. Para ello usaremos un software muy usable.

TALLER DIA 5 de Junio 2015 de 9:00 a 14:00 horas

MOD1. CÓMO SER TU PROPIO COMMUNITY MANAGER (4 H.)

La presencia de nuestra empresa en las redes sociales es cada vez más importante, con el fin de poder dar a conocer nuestros productos o servicios al mayor número posible de personas. Pero la apertura de un perfil en una red social supone el compromiso de prestarle la debida atención para que realmente pueda ser útil como herramienta de marketing y se puedan alcanzar resultados en forma de ventas, fidelización de clientes, potenciación de la marca, posicionamiento...

Este taller está orientado a facilitar a los autónomos, micropymes y emprendedores la gestión de contenidos en redes sociales. Para ello, se explicará en qué consiste en marketing de contenidos y se darán claves para generar contenidos que aporten valor a clientes, tanto a los ya fidelizados como a los potenciales. En el taller también, se enseñará el funcionamiento de Hootsuite, la plataforma más usada que permite gestionar la presencia de una empresa en varias redes sociales, facilitando y simplificando el trabajo del community manager. Por último, se explicará cómo elaborar y enviar un boletín electrónico periódico o newsletter para poder realizar campañas de e-mail marketing eficaces. Para ello, se utilizará una herramienta online que permite el diseño, gestión de datos de clientes, envío y seguimiento de los correos electrónicos (aperturas de e-mail, clics en enlaces...) y que facilita la optimización de las campañas o promociones que se planifiquen.

MOD2. COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE CRISIS Y CONFLICTOS (1 H.)

Las crisis son situaciones inesperadas que afectan negativamente a la imagen de nuestra empresa. Las consecuencias pueden ser graves: pérdida de reputación, descenso de ventas, disminución de clientes. Hoy día, si no se soluciona con rapidez, un simple conflicto por quejas o reclamaciones de clientes puede convertirse en una crisis, debido a su exposición a la vista de todos en las redes sociales. En el taller se explicará cómo aplicar a nuestro modelo de negocio las medidas necesarias para afrontar los conflictos en las redes sociales y cómo gestionar la comunicación en situaciones de crisis.