LA EMPRESA DE RESTAURACIÓN EN EL SIGLO XXI

Rocío Domenech Labandeira | rociodomenech@gmail.com | Curso 2015-2016

Objetivos

Trasladar a la empresa Crea Restauración desde un modelo tradicional y con carácter local a uno más moderno y con más relevancia mediante el uso de las nuevas tecnologías

Poder promocionar y comunicar mejor y a más audiencia las actividades llevadas a cabo por la empresa mediante el uso de las redes sociales, consiguiendo así más visitantes a la página web de la empresa.

Planificar e implementar un *plan de social media marketing* de las actividades de la empresa para lograr una mejor comunicación con el público y así despertar un mayor interés por el mundo de la conservación y restauración del patrimonio.

Metodología

1. **Estudiar la situación de la empresa objeto de estudio en las redes Facebook, Twitter y Linkedin.**
2. **Planificación de las estrategias a realizar en el plan de *social media marketing***
3. **Ejecución de las acciones planificadas en las tres redes sociales**
4. **Monitorización de los resultados**

Conclusiones

Se cumplieron los objetivos marcados. Tras el estudio de los datos aportados por la aplicaciones estadísticas de cada red, aumentaron sensiblemente los contactos de la empresa relacionados con el mundo de la resturación.

De la misma forma se incrementaron de forma notable las menciones a la empresa y las visitas a la página web.

Se logró difundir más y mejor las actividades llevadas a cabo por la empresa y se obtuvo por parte de los usuarios valoraciones muy positivas

XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

TÍTULO SUPERIOR EN CONSERVACIÓN RESTAURACIÓN DE BENS CULTURAIS

ESCOLA · SVPERIOR DE · CONSERVACION E · RESTAVRACION DE · BENS · CVLTVRAIS DE · GALICIA