

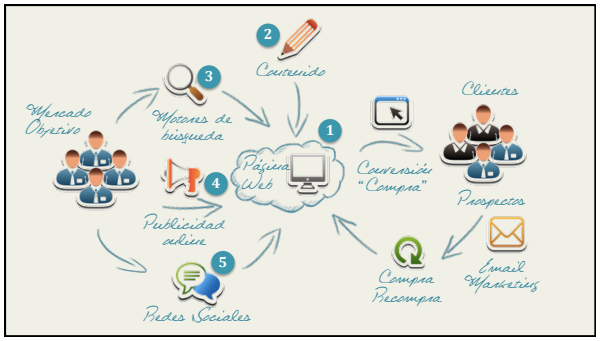
¿Preguntas sesión anterior?

bienpensado

Ecosistema Digital (sesiones)

1. Página Web – Martes 2 de Abril
2. Contenido – Martes 9 de Abril
3. Motores de búsqueda – Martes 16 de Abril
4. Publicidad online – Martes 23 de Abril
5. **Redes Sociales – Martes 7 de Mayo**
6. Conversión – Martes 14 de Mayo
7. Email Marketing – Martes 21 de Mayo
8. Preguntas & Respuestas – Martes 28 de Mayo

bienpensado



Redes Sociales

Redes Sociales: lo que veremos

- Estrategia antes de la táctica
- Mejores prácticas en…
  - Facebook
  - Twitter
  - Google+
  - Linkedin
- Integración & Administración
- Medición

Estrategia antes de la táctica

bienpensado



Red Social

Grupo de personas que comparten un interés común.







bienpensado

Por qué redes sociales

- Es una fuente de clientes potenciales
- Mantenerse en el *top of mind* de la comunidad
- Construye confianza
- Vehículo para amplificar el contenido
- Soporte al cliente
- Conecta con posibles aliados

bienpensado

Con tantas compañías queriendo crear comunidades para atraer prospectos, predominarán las de mejor…

Engagement & Contenido

bienpensado

Para realmente sacar provecho a las redes sociales…

- Tener la expectativa correcta:
  - ✗ Red social > Ventas
  - ✓ Red social > Visibilidad > Confianza > Ventas
- ¿Tiene el recurso para hacerlo? (Tiempo/Gente)
- ¿Cuenta con otros vehículos para lograr visibilidad?
- ¿Tiene presupuesto disponible para promoverla?
- ¿Tiene una estrategia de conversión clara?

bienpensado

Criterios para definir en cuál(es) estar

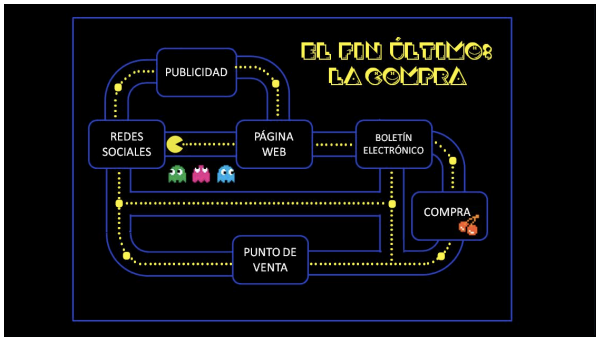
- ¿Dónde ya está su mercado objetivo? Puede tener más de un mercado objetivo
- ¿Cuánto tiempo puede dedicar al mantenimiento? Hay redes más intensivas y demandantes que otras
- ¿Qué tanto contenido propio tiene para compartir o podría generar? Posibilidad de mantener la comunidad actualizada y en movimiento

bienpensado

¿Cuál es su objetivo en redes sociales?

- Visibilidad de marca/producto/compañía
- Soporte a clientes actuales y potenciales
- Generación de confianza/credibilidad/engagement
- Crear una fuente de clientes potenciales (ventas)

bienpensado



¿Preguntas?

bienpensado

Mejores prácticas

bienpensado

Facebook: Mejores prácticas

- Construir la comunidad
  - Enfóquese en el perfil de personas que le interesa
  - Calidad en lugar de cantidad
  - Promover la página con anuncios de Facebook
- Mantener la comunidad
  - Contenido propio/terceros (visual/entretenido/fácil)
  - Actividades dinámicas (sorteos/votaciones/comentarios)
  - Revisión constante de mensajes y publicaciones de terceros
- Movilizar la comunidad
  - Hacia su página web
  - Hacia su punto de venta/evento/actividad offline
  - Publicaciones promocionadas

bienpensado

¿Preguntas?

bienpensado

Twitter: Mejores prácticas

- Marcas o compañías con constante actividad y contenido
- Crear listas para filtrar fuentes de contenido
- Al comienzo, para incrementar seguidores hay que seguir
- Interacciones: contenido propio, RT, #hashtags, @menciones
- Administración: Tweetdeck - http://tweetdeck.com/
- Tendencias: Twitter Search - https://twitter.com/search-home

bienpensado

¿Preguntas?

bienpensado

Google+: Mejores prácticas

- Construya el perfil completo
- Cree la página de su empresa(1)
- Productos, enlaces entrantes a su página
- Comparta actualizaciones de contenido +1
- Círculos específicos (clientes, colegas, comunidad)
- Comente con +nombre para notificar/mencionar
- Google+ Local(2) (≈Foursquare) – agregue empresa(3)

(1) https://plus.google.com/pages/create
(2) http://www.google.com/+/learnmore/local/
(3) http://www.google.com/local/add/

¿Preguntas?

Linkedin: Mejores prácticas

- Perfil personal – links, palabras clave, descriptivo
- Participe en grupos selectos en su industria (no ventas)
- Recomiende personas que conoce
- Página de empresa(1) – Perfil, productos, testimoniales
- Amplificación de contenido (updates)
- Anuncios para nichos/industrias/sectores específicos

(1) http://marketing.linkedin.com/company-pages/

¿Preguntas?

bienpensado

Integración & administración

bienpensado

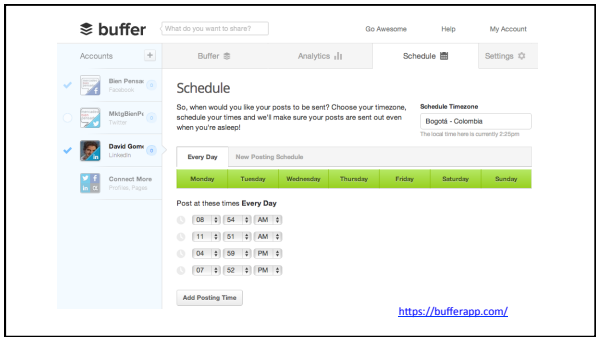
Integración & Administración

- En cada red incluya las direcciones de las otras redes
- El enlace a su página web en el perfil de cada red
- Online to Offline – cupones, promos, tráfico
- Facilite la "socialización" de su contenido
- Social plugins – http://sharethis.com/publishers/get-sharing-tools

bienpensado


Cómo vender cuando es más costoso que su competencia
bien pensado marketing
en
@MktgBienPensado
Follow me
bienpensado


hootsuite


buffer
Schedule
https://bufferapp.com/

Funcionalidaes & apps

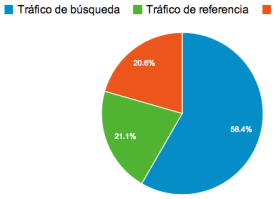
- Heyo(1) – Plantillas para páginas de FB + widgets
- Shortstack(2) – Plantillas, formularios, promos, fan-gating
- Pagemodo(3) – Personalización de páginas de FB/pestañas

(1) https://heyo.com/
(2) http://www.shortstackapp.com/
(3) http://www.pagemodo.com/

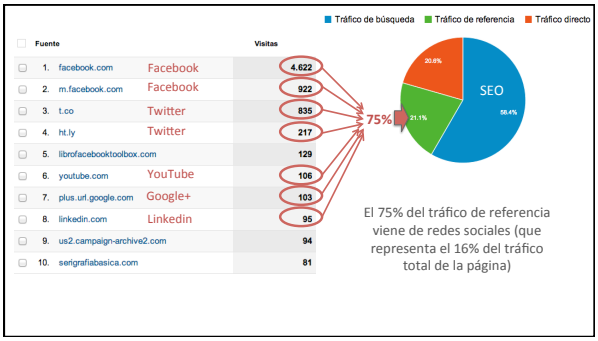
bienpensado

El principal indicador de éxito

Fuentes de tráfico a la página – Google Analytics



bienpensado



El 75% del tráfico de referencia viene de redes sociales (que representa el 16% del tráfico total de la página)

Plan de acción
Redes Sociales

bienpensado

Plan de acción

- Enfóquese en su red primaria - mercado objetivo
- Generación constante de contenido e interacción
- Defina su principal objetivo - ¿tráfico a la página?
- Mida mensualmente la evolución de su objetivo

bienpensado

¿Preguntas?

bienpensado