

“ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES”

Seminario/Taller:

Fernando Chávez Gomes da Silva

Zoftcoapps Software SRL

ESTRATEGIA

- ¿Qué es?
- ¿Porqué es importante?

CLIENTE O PÚBLICO OBJETIVO

- Conocer a tu público objetivo
- Redes sociales que utiliza
- Intereses.
- Necesidades
- Qué valoran de tu marca

COMPETENCIA

- Qué tipos de web tienen (venta, corporativa, comunicativa, ...)
- Qué Redes Sociales utilizan
- Qué contenidos añaden en las Redes Sociales y cuál es su tipología (información, captación, promoción, ...)
- Con qué periodicidad se comunican con sus seguidores o fans

MI EMPRESA O NEGOCIO

- ¿Quién soy y qué hago?
- productos o servicios ofrecemos
- Actividad, en línea, fuera de línea o mezcla
- Identidad digital
- Productos o servicios ofrecemos

OBJETIVOS: ¿QUÉ QUEREMOS CONSEGUIR?

- **Aumento de ventas.**
- Aumentar la frecuencia de compras.
- Incentivar la acción de compra.
- Buscar la oportunidad.
- Incentivar el deseo y necesidad de usar nuestros servicios.
- Aumento de los márgenes
- **Branding.**
- Aumentar la visibilidad de la marca.
- Captación de nuevos clientes.
- Mostrarse sociales.
- Buscar una experiencia de atención satisfactoria en nuestras redes sociales.
- **Canal de comunicación** de actividades de nuestra empresa.
- Cuidar nuestra Reputación Online.
- Aumentar mi comunidad.
- Conseguir la viralización de nuestro contenido.
- **Reducción de costes.**

ESTRATEGIAS ¿QUÉ CAMINO VAMOS A TOMAR?

- Estrategias promoción y ventas.
- Estrategias de atracción.
- Estrategias de captación de leads.

ACCIONES ¿CÓMO LO VAMOS A CONSEGUIR?

- Ejemplos:
- Ofertas puntuales en periodos clave en nuestra empresa.
- Concursos con regalos de entradas, de menús, fines de semana gratis...
- Campañas publicitarias en Facebook/ Twitter segmentadas
- Uso de la técnica de marketing de contenidos.
- Crear y potenciar la creación de contenido de un blog.
- Maximizar el Seo de los artículos.
- Compartir y comentar dichos post en las diferentes redes sociales.
- Creación de formularios de suscripción adecuados a objetivos y visibles.
- Incentivos por suscripción.
- Creación de landing pages concretas.

CANALES ¿DÓNDE VAMOS A ACTUAR?

Factores a considerar:

- Quién es tu cliente y en qué redes se está moviendo.
- Los objetivos y acciones que has planificado.
- Las características intrínsecas de tu servicio o producto.

PLANIFICACIÓN ESPECÍFICA POR CADA CANAL

- Grado de alcance
- Repercusión
- Porcentaje de éxito

ESTABLECIMIENTO Y MEDICIÓN DE LAS INDICADORES

- Analiza todas las acciones puestas en marcha
- Toma decisiones en tiempo real.
- Número de Seguidores en Twitter y fans de Facebook
- Número de Me Gusta en Facebook y Retweets/Favoritos en Twitter
- Número de Suscriptores y Reproducciones de YouTube (si utilizan canales audiovisuales)
- Número de seguidores en LinkedIn
- Cualquier otro indicador medible de forma directa que sea relevante para preparar nuestra estrategia de contenidos en Redes Sociales.

HERRAMIENTAS A UTILIZAR PARA LA GESTIÓN Y LA MEDICIÓN.

- Facebook Analytics for Business
- Google Analytics
- Youtube Creator Studio Analytics
- Instagram Statistics
- Twitter Demographics

ASIGNACIÓN DE RECURSOS NECESARIOS

- Personal
 - Funciones
 - Perfiles
- Tiempo
- Recursos de la Organización
- Recursos Económicos

PRESUPUESTO

- Inversiones
- Flujo de esas inversiones

CASOS DE EMERGENCIA

- Actuación en caso de crisis
- Responsabilidades
- Flujo de Trabajo

REFERENCIAS

Cajal, Mabel *¿Cómo diseñar un plan de social media marketing para tu empresa o negocio?* 5 marzo, 2017 <https://josefacchin.com/plan-de-social-media-marketing/>

Social Media ¿En qué consiste una estrategia de redes sociales? 20 abril 2017
<https://www.solomarketing.es/en-que-consiste-una-estrategia-de-redes-sociales/>

Hernández, Jordi *Estrategia de contenidos para Social Media (I): El análisis previo*, 14/09/2013 <http://www.jordihernandez.es/estrategia-de-contenidos-analisis-previo/>

Gutierrez Angeles, *10 pasos para crear una estrategia en Redes Sociales*, 19 abril 2017 <https://apasionadadelasredessociales.wordpress.com/2017/04/19/10-pasos-para-crear-una-estrategia-en-redes-sociales/>