

MARKETING EN REDES SOCIALES O SOCIAL MEDIA MARKETING

ESTAR Y CÓMO ESTAR EN LAS REDES

El marketing en redes sociales puede ayudar a elevar tu audiencia y convertir a personas interesadas, en clientes potenciales de una forma significativa. Un contenido relevante y diseñado para tu audiencia es clave para aumentar la presencia que tiene tu marca dentro de los medios digitales.

Es vital comprender el funcionamiento de las redes sociales y la respuesta de tu audiencia en cada una de ellas, analizando, evaluando y ejecutando el contenido, es por ello que te compartimos algunas razones de por qué es importante el marketing en tus redes sociales.

EMPRESAS Y REDES SOCIALES

El marketing digital se trata de aplicar estrategias e ideas para comercializar tu negocio/servicio/producto a través de los medios digitales. Es decir, a través de las páginas web, y por supuesto, las redes sociales.

Como lo ves, el marketing digital contiene dos grandes formas de comercializar tu producto. Bien sea a través de una página web propia, que será a la vez tu mayor presencia online, o utilizando una de las varias redes sociales como herramienta.

El punto es que, cada una de estas redes sociales tiene millones (Sí, millones) de usuarios activos que diariamente observan y consumen diferentes productos. Es un mercado de miles de personas, que a diario en micro momentos consumen diferentes contenido de acuerdo a sus intereses.

Eso quiere decir que **tienes a tu alcance la posibilidad de contactar con miles de clientes potenciales**, y todo a través del internet de forma fácil y sumamente cómoda. Allí es que recaen los beneficios del marketing digital.

Además de esto, implementar o incluir las redes sociales en el plan de marketing de tu empresa, no solo es un gran medio de publicidad y mercadeo, sino que además **es considerablemente más económico que otros métodos.**

¿Por qué deberías incluir a las redes sociales en tu plan de marketing digital?

Las empresas siempre suelen tener un objetivo mayor en mente, y ese es el de aumentar las ventas. Es por ello que las empresas hacen todo lo que hacen: Mejorar la calidad del producto, ofrecer buenos precios, invertir en marketing y demás.

Por esta razón, incluir el uso de las redes sociales en un plan de mercadeo es tan importante: **Porque ayuda de forma directa a aumentar las ventas de una empresa, casi de forma instantánea.**

El uso adecuado de las redes sociales no sólo te permite obtener una mayor exposición a personas que antes posiblemente ni siquiera conocían tu empresa, sino que **les permite a ellos interactuar contigo de forma mucho más directa.**

Como marca, debemos ser capaces de atraer y satisfacer a nuestra audiencia de manera predecible y coherente, para generar **empatía con nuestros consumidores**. Una de las mejores maneras de hacerlo es ofreciendo contenido que los enriquezca tanto en el ámbito intelectual como emocional para construir una marca fuerte y positiva en la mente de nuestra audiencia. Cada vez más la comunicación cuidada, la parte emocional y la coherencia con nuestra propia marca personal e ideales de la marca, son más valoradas.

Las redes sociales dan grandes posibilidades de ampliar nuestro tráfico web. Hablamos del número de visitantes que acceden a nuestro sitio web y agregan valor a nuestro portal digital. El uso de una buena estrategia en redes sociales es una **excelente forma de atraer visitantes** a nuestro sitio desde plataformas ya conocidas como Facebook, Twitter, LinkedIn y muchas más.

Las redes sociales son herramientas de gran alcance y hacer marketing en ellas representa **un costo mucho menor** si lo comparamos con otros medios digitales y tradicionales. Además de ser más económicas, la segmentación que ofrece es específica y atinada, lo que nos permite llegar a nuestro mercado objetivo de manera más rápida haciendo que nuestra marca sea más relevante y la intención de compra sea mayor.

1. Las redes sociales te permiten contactar e interactuar directamente con tus clientes o clientes potenciales, sin ningún tipo de intermediario, de forma mucho más rápida, sencilla y económica en comparación con otros medios tradicionales de publicidad.

2. El uso de las redes sociales te ayuda a redefinir tu marca, y que todo el mundo se entere de esto. Además, te permite cambiar la forma en que los demás perciben tu empresa.
3. Las redes sociales actúan como una vitrina de respuesta casi inmediata. Las personas pueden ver gran parte de lo que haces y de lo que se basa tu empresa, y sí les interesan lo que ve, incluso pueden dirigirse a tu página web e interactuar mucho más con tu producto.
4. Al usar una red social adecuada para los objetivos de la marca, automáticamente cuentas con una fuente de datos que te permite saber de mejor forma cómo se comportan tus clientes, que les gusta realmente, y que no, información nada despreciable para cumplir objetivos de negocio.

Sin embargo, no veremos beneficio si no conocemos las redes sociales, y elegir **cuál es la correcta según tu tipo de empresa**.

Ahora bien, esto dependerá directamente de tu marca, tus objetivos y lo que buscas. Es por ello que es importante tener claros los **objetivos principales antes de elegir una o varias redes sociales para nuestro negocio**.

Eso se debe a que no todas las redes sociales son iguales, y no todas ofrecen el mismo tipo de oportunidades. Por lo que es realmente importante que conozcamos cuáles son una buena opción, y cuáles tal vez no se adecuan a nuestras necesidades.

Conozcamos las posibilidades de las redes sociales principales.



Marketing en Twitter

Es la Red Social por excelencia para llegar a un público que no precisamente conoces, pero que crea y comparte información o contenidos afines a los de tu marca. En **Twitter** puedes encontrar al público que comparte o pregunta sobre temas que pueden estar relacionados con los productos o servicios que ofreces.

Su característica principal de 140 caracteres obliga a crear una información concreta, atractiva y útil y sobre todo, que invita al re-direccionamiento web a través de los miles de enlaces que se comparten a diario. Además de informar e informarte, puedes encontrar allí a tu **público objetivo** y a **referentes de tu sector**, a clientes potenciales y embajadores que te ayudarán a consolidar tu marca y tus conocimientos.

Estratégicamente también es una red en la cual puedes compartir el contenido de tu blog, a través de enlaces que ayudarán a dirigir al público a tu web. En la

que puedes dialogar e intercambiar percepciones con profesionales de tu sector y contestar preguntas frecuentes sobre tu empresa.

A través de su plataforma de **Twitter Analytics**, tienes acceso gratuito e inmediato a las estadísticas, con las cuales puedes medir el impacto de tu comunicación. De esta manera podrás conocer los mejores horarios, temas y contenidos, para publicarlos estratégicamente en los días de más actividad de tu audiencia.

Puedes igualmente hacer campañas de Marketing para promocionar tus productos o tus contenidos y alcanzar las audiencias deseadas, ya que interfaz que te permite crear campañas con una segmentación muy específica.



Facebook como plataforma de marketing efectivo

Facebook es la red más grande del mundo y con mayor audiencia. Una audiencia que además es muy fiel y que se conecta a diario durante varias horas y en la que puedes compartir un **contenido de valor** que les invite a conocer mejor tu marca y tus productos de una manera activa y participativa.

La parte profesional de Facebook te permite como marca, la creación de **Fan Pages para empresas** y de grupos de participación en los cuales puedes estratégicamente obtener información útil para tu marca y difundir tu contenido.

Esa proximidad del público, puede ayudarte a crear estrategias y acciones de participación que te ayuden a crear vínculos muy fuertes entre los seguidores y tu marca. Puede ser igualmente un gran canal de atención al público, al redireccionamiento hacia tu web y un vaso comunicante entre el público off line de tu empresa y las audiencias online.

Igualmente te ofrece de manera gratuita (a partir de 30 Fans), estadísticas muy precisas de tu audiencia y de tu comunicación. Te da además la posibilidad de **crear campañas de anuncios** de diferentes formatos, con segmentaciones muy específicas que pueden hacer que tu empresa llegue a un **público objetivo** y muy afín a tu marca y tus productos.



Reforzar el branding con LinkedIn

Es la Red social del empleo y de las relaciones profesionales. Es estratégico que tu marca tenga una presencia en esta red social para crear contactos profesionales, participar en grupos y comunidades y para encontrar y perfiles específicos para tu empresa y tu equipo de trabajo.

En LinkedIn puedes participar como persona o con perfil de empresa y trabajar con objetivos B2B, con personas y grupos de profesionales con intereses particulares afines a los de tu marca.

La presencia en LinkedIn de una marca reafirma su credibilidad de cara al usuario que busca referencias en las redes sociales sobre tu marca.



Marketing en Youtube: estrategias de videomarketing

Desde hace ya un par de años, el vídeo es el formato de contenidos que más se consume y más se comparte en la web y el que más se desarrollará en los próximos años. También es uno de los formatos que más posibilidades te da a la hora de crear un contenido específico para tu audiencia.

No podemos entender Youtube simplemente como una plataforma de vídeos, sino como uno de las plataformas más didácticas, más útiles y más dinámicas para compartir contenido. Por ello es el formato más solicitado de la web.

Es verdad que la producción de contenido en vídeo implica el uso competencias, programas y equipos que no siempre están al alcance de todos, pero con ingenio y pocos recursos puedes hacer grandes vídeos, que pueden ayudarte a construir una imagen de marca sólida y cercana.

Con el vídeo puedes crear contenido de muchas formas y muy útil para tu audiencia y el branding de tu marca:

- Entrevista
- Spot publicitario

- Tutorial
- Making Off
- Trailer
- Hangout
- Webinar
- Interactivos, etc.



Cómo hacer un Marketing efectivo en Instagram

El desarrollo de Instagram en los dos últimos años ha sido espectacular. La capacidad de transmisión de las imágenes y los vídeos de 15 segundos son una gran oportunidad para que puedas mostrar a tus audiencias un contenido de valor añadido de tu empresa, mostrando y humanizando tu marca a través de tus empleados, tus instalaciones, tus clientes o el proceso de elaboración de tus productos.



Pinterest otra plataforma para hacer un marketing de contenidos

y visual

Pinterest de las redes con mayor crecimiento y penetración de los últimos años. Posee además una audiencia muy fiel y muy activa dentro de la red social. En ella se comparten a diario miles de fotografías, mapas, ilustraciones, iconos, vectores, infografías a manera de tableros, pines y colecciones.

Pinterest te puede ayudar a mostrar a tu audiencia aspectos visuales e ilustrativos que le ayuden a la mejor comprensión de tus productos o de tus instalaciones. Pero igualmente puede ayudarte a inspirarte o a compartir un contenido útil e inspirador para tu audiencia.

Puedes destacar como empresa si a través de Pinterest, puedes ofrecer una colección de contenidos propios o recopilados de varias fuentes, que sean de interés para tu comunidad.



Cómo hacer marketing en Whatsapp sin convertirte en spammer

No puedo asegurarte si Whatsapp es una red social o no, pero cada vez se parece más a una red social. Y lo mejor, cada vez más empresas la utilizan para compartir contenido con sus comunidades y desarrollar estrategias de marketing online, o hacer atención al cliente de forma personalizada o en grupos.

La reciente implantación de Whatsapp para el ordenador ha abierto una infinidad de posibilidades para compartir contenido en muchos formatos desde tu ordenador, ya sea con links, imágenes, textos o fotografías y con una velocidad superior a la de la conexión móvil.

Cada vez tenemos más aplicaciones y muy seguramente iremos descubriendo más y más posibilidades, conforme nuestros terminales móviles vayan mejorando la capacidad de conexión. Así que es bueno ir planificando campañas de contenido a través de Whatsapp.

Por supuesto que hay muchas otras Redes Sociales en las cuales tu empresa puede participar y crear contenido y hay muchas formas de hacerlo, pero tiene que estar acorde a nuestros objetivos y a nuestras posibilidades y a la demanda de nuestra audiencia.

Como consejo, no es necesario implementar todas las redes sociales de una sola vez, es mejor hacerlo bien y de forma progresiva, según nuestras posibilidades y las necesidades de la empresa. Y sobre todo, piensa siempre en la rentabilidad de nuestra empresa, de nuestro tiempo y de nuestro esfuerzo.

Recuerda que tu imagen debe ser coherente y complementaria en todas las redes. Traslada tu marca personal, que refleje modo de comunicarte, inquietudes y espíritu/valores/filosofía de la empresa y del producto. Debe haber coherencia, contenidos cuidados, con cierto sentido emocional; recuerda que el principio del marketing y el personal branding es ser recordadas por aquello que nos hace diferente

10 TIPS DE MARKETING DIGITAL

