CONTIGO

Tu negocio es nuestra energía

Programa para ayudarte a reorientar, adaptar y digitalizar tu negocio

NIVEL BASE: **REDISEÑA TU MODELO DE NEGOCIO**

Youth Business Spain

endesa

SESIÓN 8 : INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. **Medios Sociales vs. Redes Sociales** ¿Qué son?
2. **Tipos de Redes Sociales**: ¿Cómo clasificarlas?
3. ¿Tu **negocio** debe estar en Redes Sociales?
4. **9 ventajas** de gestionar la comunicación de tu negocio en Redes Sociales
5. ¿**Presencia o gestión** estratégica?
6. Las **3 claves** para **seleccionar** los **canales más eficaces**

1 Medios Sociales vs. Redes Sociales

¿Qué son los MEDIOS SOCIALES?

- Plataformas de comunicación en línea
- Contenido creado por los propios usuarios o por un Social Media Manager
- Tecnologías de la Web 2.0: conversaciones, fotografías, imágenes, vídeos y pistas de audio.

BLOGS * FOROS * APLICACIONES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA * PLATAFORMAS DE COLABORACIÓN * PLATAFORMAS DE NOTICIAS * **REDES SOCIALES**

¿Qué son las REDES SOCIALES?

- Comunidad de usuarios (características e intereses comunes)
- Plataforma de comunicación e interacción
- Generación de conversaciones, comentarios y otras interacciones (“me gusta”, “compartir”…)

Espacios digitales de comunicación que dan el **poder al usuario** para generar contenido, relacionarse con otros usuarios y compartir información a través de perfiles privados o públicos.

CARACTERÍSTICAS

- Accesibilidad (mismas reglas para todos)
- Simplicidad de uso (UX intuitivo)
- Crear, colaborar, compartir, conversar, aprender…

2 Tipos de Redes Sociales

GENERALISTAS / HORIZONTALES

- Dirigidas a todo tipo de usuario
- Sin una temática definida
- Libre acceso
- Interrelación general, sin propósito específico
- RELACIONAR PERSONAS

ESPECÍFICAS / VERTICALES

- Temática determinada
- Se crean para dar cabida a gustos e intereses
- Interrelaciones entorno a un tema
- Gran diversidad

CLASIFICACIÓN

POR TEMÁTICA o ACTIVIDAD

POR CONTENIDO COMPARTIDO

CLASIFICACIÓN RRSS ESPECÍFICAS / VERTICALES

POR TEMÁTICA o ACTIVIDAD:

- **Profesionales** (Linkedin)
- **Microblogging** (Twitter)
- **Aficiones** (Moterus - aficionados a las motos)
- **Viajes** (Travellerspoint - descubrir nuevos destinos, organizar viajes, compartir experiencias…)
- **Juegos** (Discord - red social para jugadores de videojuegos)

POR CONTENIDO COMPARTIDO

- **Fotografía** (Instagram, Flickr, Pinterest)
- **Vídeos** (Youtube, Vimeo, Tik-tok)
- **Música** (Spotify)

¿TIENES ALGÚN HOBBY Y ESTÁS PRESENTE EN ALGUNA RED SOCIAL ESPECÍFICA ACERCA DE ESA ACTIVIDAD?

¡BÚSCALA!

3 ¿Tu negocio debe estar en RRSS?

El **80%** de las personas que usamos redes sociales **seguimos a alguna marca en Internet**

¿TU NEGOCIO DEBE ESTAR EN RRSS?

SOS GO DIGITAL NIVEL BASE: REDISEÑA TU MODELO DE NEGOCIO

- ¿Quieres **comunicar** tus contenidos a nuevos clientes? **(promoción)**
- ¿Quieres crear una **comunidad de seguidores** en torno a tu marca? **(prescriptores)**
- ¿Quieres **hacer participar** a tus clientes en el desarrollo de tu negocio? **(interacción / confianza / fidelización)**

¡Con un solo “SÍ” me basta!

¿TU NEGOCIO DEBE ESTAR EN RRSS?

SOS GO DIGITAL NIVEL BASE: REDISEÑA TU MODELO DE NEGOCIO

- ¿Quieres posicionarte como **referente** de tu sector? **(ingresos futuros)**
- ¿Quieres saber **qué se dice de tu marca** en Internet? **(reputación)**
- ¿Quieres saber **cómo vende** (y a quién) **tu competencia**? **(monitorización / diferenciación)**

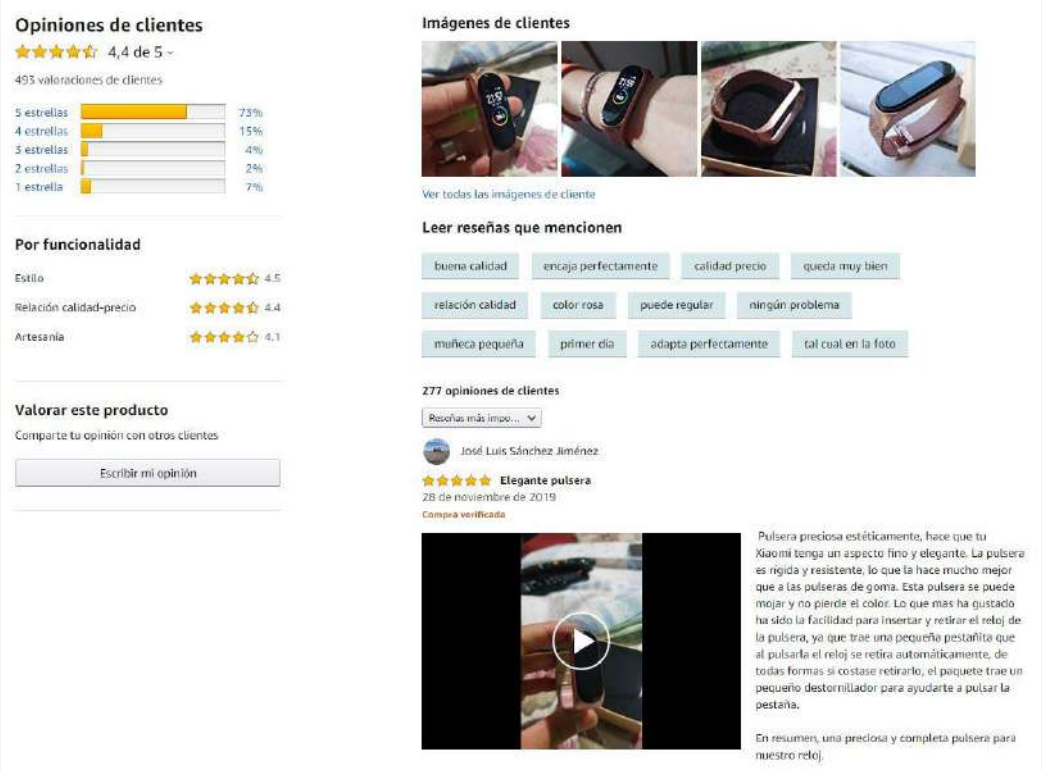
¡Con un solo “SÍ” me basta!

Si has contestado SÍ…

TU NEGOCIO DEBE ESTAR EN RRSS

El **78%** de los usuarios **se fía de las recomendaciones que personas que no conocen vierten en Internet.**

PROSUMER: CONSUMIDOR+PRESCRIPTOR



OPORTUNIDAD

ESCUCHA ACTIVA - ¡REACCIONA!

REPUTACIÓN

4 9 VENTAJAS DE GESTIONAR LA COMUNICACIÓN DE TU NEGOCIO EN RRSS

9 VENTAJAS DE GESTIONAR LA COMUNICACIÓN DE TU NEGOCIO EN RRSS

SOS GO DIGITAL NIVEL BASE: REDISEÑA TU MODELO DE NEGOCIO

1. **Visibilidad**
2. **Promoción**
3. **Recomendación**
4. **Atención al cliente** (interacción, confianza, fidelización)
5. **Estudios de mercado** (monitorización)
6. **Retorno de la Inversión**
7. Posicionamiento en buscadores **(SEO)**
8. Aprovechamiento de **oportunidades de negocio** (sinergias)
9. Ayudan a proteger la **reputación online** (escucha activa)

5 ¿Presencia o Gestión Estratégica?

ERRORES DE PRINCIPIANTES

- **Presencia sin gestión**
- **No utilizar los canales adecuados**
- Automatizar el mensaje sin importar el soporte
- Reacción hostil ante las críticas

LA CLAVE NO ES LA CANTIDAD, SINO LA CALIDAD

¿PERO… EN TODAS LAS REDES SOCIALES?

Saber seleccionar los canales más eficaces para captar a tu cliente, **es la clave.**

6 3 claves para seleccionar canales eficaces

3 CLAVES PARA SELECCIONAR CANALES EFICACES

SOS GO DIGITAL NIVEL BASE: REDISEÑA TU MODELO DE NEGOCIO

¿CON CUÁL ME QUEDO?

1. **TEN EN CUENTA TU CLIENTE Y TU PRODUCTO**
2. INVERSIÓN EN **TIEMPO**
3. INVERSIÓN **ECONÓMICA**

3 CLAVES PARA SELECCIONAR CANALES EFICACES

SOS GO DIGITAL NIVEL BASE: REDISEÑA TU MODELO DE NEGOCIO

¿CON CUÁL ME QUEDO?

1. **TEN EN CUENTA TU CLIENTE Y TU PRODUCTO**
2. INVERSIÓN EN **TIEMPO**
3. INVERSIÓN **ECONÓMICA**

1.- TEN EN CUENTA TU CLIENTE Y TU PRODUCTO

Tanto el **tipo de cliente** al que te dirijas como el **tipo de producto o servicio** que vendas u ofrezcas, va a determinar las redes sociales en las que tu negocio va a estar presente.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

TIPO DE USUARIOS:

- Mundo: 2.500 millones / España: 22 millones
- Edad: 16-65 años - La red social intergeneracional, la red social con más adultos (predominante: 40-64 años)
- Frecuencia de uso: 73% de los usuarios dice utilizarla a diario

TIPO DE CONTENIDO:

- Formato adaptable (vertical/horizontal)
- Texto - Fotos - Videos - enlaces en publicaciones
- Stories
- Videos en directo
- Publicidad
- Notas

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

APLICACIONES DE MARKETING:

- FANPAGE
- GRUPOS (temática de interés común).
- DIRECTOS (Facebook Live)
- FACEBOOK SHOP
- EVENTOS
- FACEBOOK ADS

OBJETIVOS DE MARKETING:

- Ganar Visibilidad
- Captación de potenciales clientes
- Información/Atención al cliente (Facebook Messenger)
- Generar comunidad
- Promocionar(Facebook Ads)
- Monitorización

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

TIPO DE USUARIOS:

La red social de los millenials y las celebrities (influencers).

- Mundo: 1.000 millones / España: 16 millones
- Edad: 18-44 años (predominante: 18-39 años)
- Frecuencia de uso: 70% de los usuarios dice utilizarla a diario

TIPO DE CONTENIDO:

- Formato vertical
- Imágenes o videos de 1 minuto con texto en las publicaciones generales
- Stories
- Videos en directo
- Publicidad
- Videos en IGTV
- REELS

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

APLICACIONES DE MARKETING:

- CUENTA PROFESIONAL
- STORIES
- DIRECTOS (Instagram Live)
- CANAL INSTAGRAM TV (IGTV)
- REELS
- INSTAGRAM SHOPPING
- INSTAGRAM ADS

OBJETIVOS DE MARKETING:

- Escaparate de productos
- Generar comunidad
- Mejorar la imagen de marca
- Promocionar (Instagram Ads)
- Etiquetado de productos en imágenes (con descripción y link a página de compra de Instagram shopping)
- Monitorización a través de hashtags

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

TIPO DE USUARIOS:

La red social de la Generación Z y los nuevos influencers (el usuario es el protagonista/personaje).

- Mundo 1500 millones / España: 6,5 millones
- Edad: 18-40 años (predominante: 19-25 años)
- Frecuencia de uso: media de 52 minutos/día.

TIPO DE CONTENIDO:

- Formato vertical
- **VideoSELFIES** (15-60 segundos)

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

APLICACIONES DE MARKETING:

- CUENTA PROFESIONAL (Tik Tok PRO):

OBJETIVOS DE MARKETING:

- Acercar la marca al público más joven
- Viralizar contenido
- Marca Personal
- Promoción de productos
- Monitorización

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

TIPO DE USUARIOS:

El Medio Social donde más consultas se realizan, solo por detrás del propio buscador de Google.

- Mundo 2.000 millones / España: 31,5 millones.
- Edad: 18-54 años (muy distribuido).
- Frecuencia de uso: media de 38 minutos/día (aproximadamente 50 minutos/día, en usuarios de entre 25 y 44 años)

TIPO DE CONTENIDO:

- Formato **horizontal**
- Vídeo y buscador de contenido en vídeo

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

APLICACIONES DE MARKETING:

- CANAL DE YOUTUBE
- YOUTUBE PARA MARCAS
- PUBLICIDAD

OBJETIVOS DE MARKETING:

- Comunicación demostrativa (de fácil consumo)
- Viralizar contenidos (promoción de la marca en segundo plano)
- Posicionar en el buscador de Google (SEO)
- Posicionamiento como experto (tutoriales, formación, consejos…)
- Promoción de productos
- Monetización por reproducciones
- Monitorización

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

TIPO DE USUARIOS:

Es una red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo.

- Mundo: 730 millones / España: 12 millones.
- Edad: El 38% de los usuarios tienen entre 25 y 34 años. El 30% entre 35 -54 años y un 24 % entre 18-24 años
- Frecuencia de uso: una vez cada 2 o 3 días

TIPO DE CONTENIDO:

- Texto
- Imagen
- Vídeo
- Escribir artículo
- Compartir link
- Crear encuestas

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

APLICACIONES DE MARKETING:

- PÁGINAS DE EMPRESAS

(2019 - España: 197.822 compañías tenían páginas de empresas en LinkedIn)

- SALES NAVIGATOR
- GRUPOS
- EVENTOS
- PUBLICACIÓN DE OFERTAS DE EMPLEO

OBJETIVOS DE MARKETING:

- Captación de clientes
- Posicionamiento como experto compartiendo artículos de interés acerca de tu actividad.
- Viralizar contenidos
- Monitorización

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

TIPO DE USUARIOS:

- Mundo: 340 millones / España: 7.5 millones
- Edad: 16-65 años - presenta un perfil de edades similar al de Facebook pero con una franja algo más joven. El segmento principal se sitúa en un 62% con una franja de edad entre los 16 y los 45. (En FB - 40 - 64)
- Frecuencia de uso: 31% de los usuarios dice utilizarla varias veces al día

TIPO DE CONTENIDO:

- Texto - Fotos - Videos - enlaces en publicaciones
- Gifs
- Preguntas
- Publicidad

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS RRSS MÁS USUALES

APLICACIONES DE MARKETING:

- LISTAS PÚBLICAS Y PRIVADAS
- PUBLICIDAD (Twitter ads)
- MOMENTOS

OBJETIVOS DE MARKETING:

- Inmediatez
- Viralización de contenido
- Atención al cliente
- Monitorización a través de hashtags o a través de las listas (a tu competencia por ejemplo)

3 CLAVES PARA SELECCIONAR CANALES EFICACES

SOS GO DIGITAL NIVEL BASE: REDISEÑA TU MODELO DE NEGOCIO

¿CON CUÁL ME QUEDO?

1. **TEN EN CUENTA TU CLIENTE Y TU PRODUCTO**
2. INVERSIÓN EN **TIEMPO**
3. INVERSIÓN **ECONÓMICA**

2.- INVERSIÓN EN TIEMPO + 3.- INVERSIÓN ECONÓMICA

¿EN QUÉ REDES SOCIALES DEBE ESTAR TU NEGOCIO?

Ten en cuenta:

1. **PÚBLICO OBJETIVO**
2. **ACTIVIDAD o PRODUCTO**
3. **TIEMPO y DINERO**

¡CUÉNTANOS!

GRACIAS POR TU ATENCIÓN

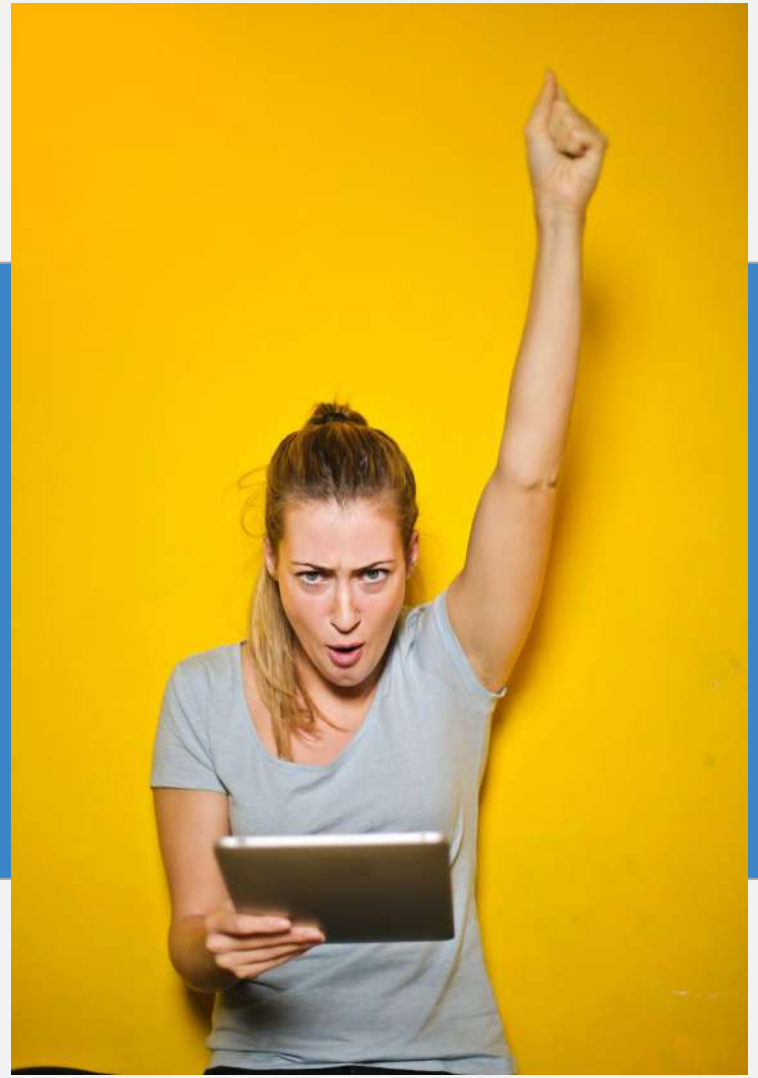
¡Hasta la próxima!

@ALBA_MS

/albamartinsousa

alba.martin@conkistadores.com

ANALICEMOS LAS REDES SOCIALES DE TU NEGOCIO



endesa

Youth Business Spain