

LA IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES



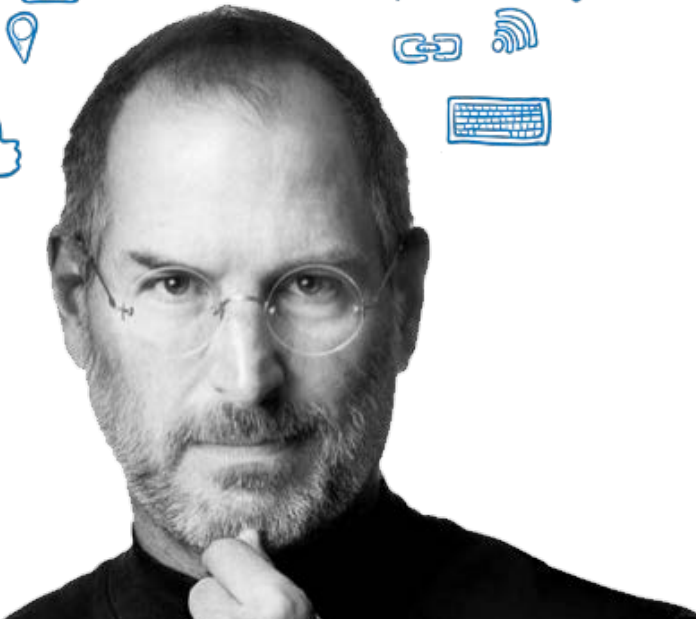
Inicialmente, los principales canales de comunicación fueron el correo, la televisión, los banners y otros similares.

Desde hace unos años, empezó a surgir un nuevo canal para comunicar y transmitir presencia: **“las redes sociales”**.



Las redes sociales se han convertido en un recurso invaluable, no sólo dentro de nuestro día a día sino, también, para el marketing digital.

Para las empresas representa un canal indispensable para lograr ***llegar a una audiencia cada vez más amplia***. En este dossier te presentaremos las redes sociales de mayor impacto y te mostraremos la importancia de ellas dentro de tu negocio.

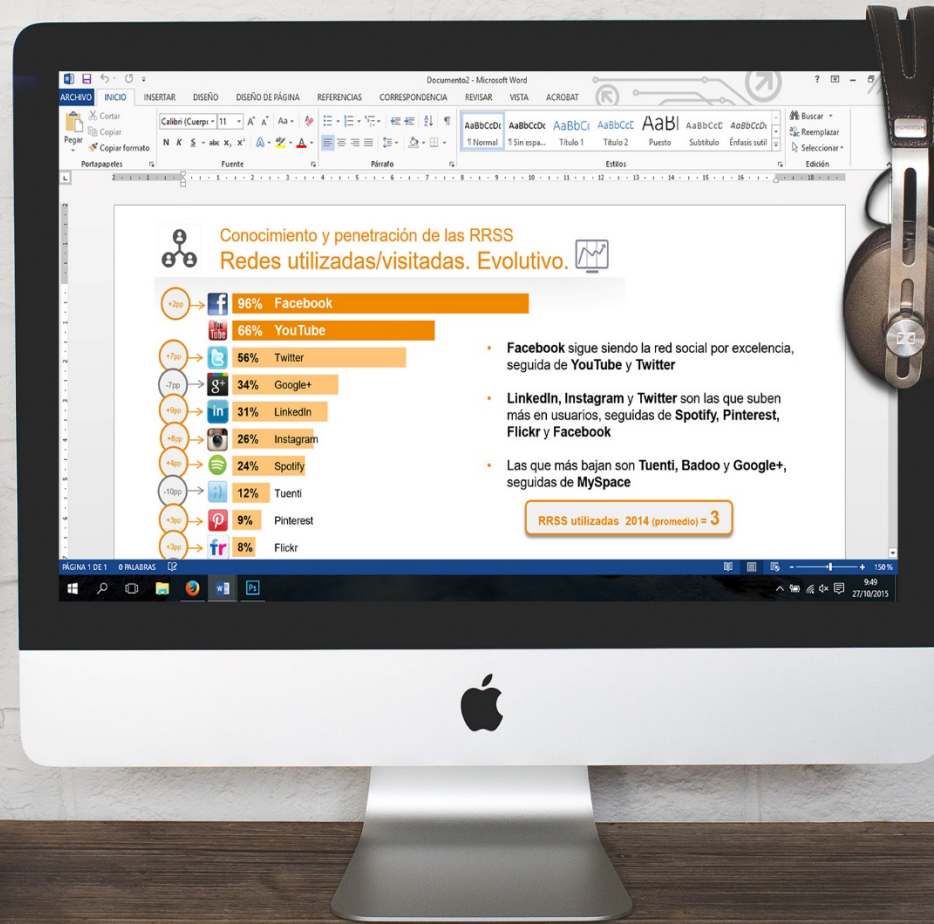




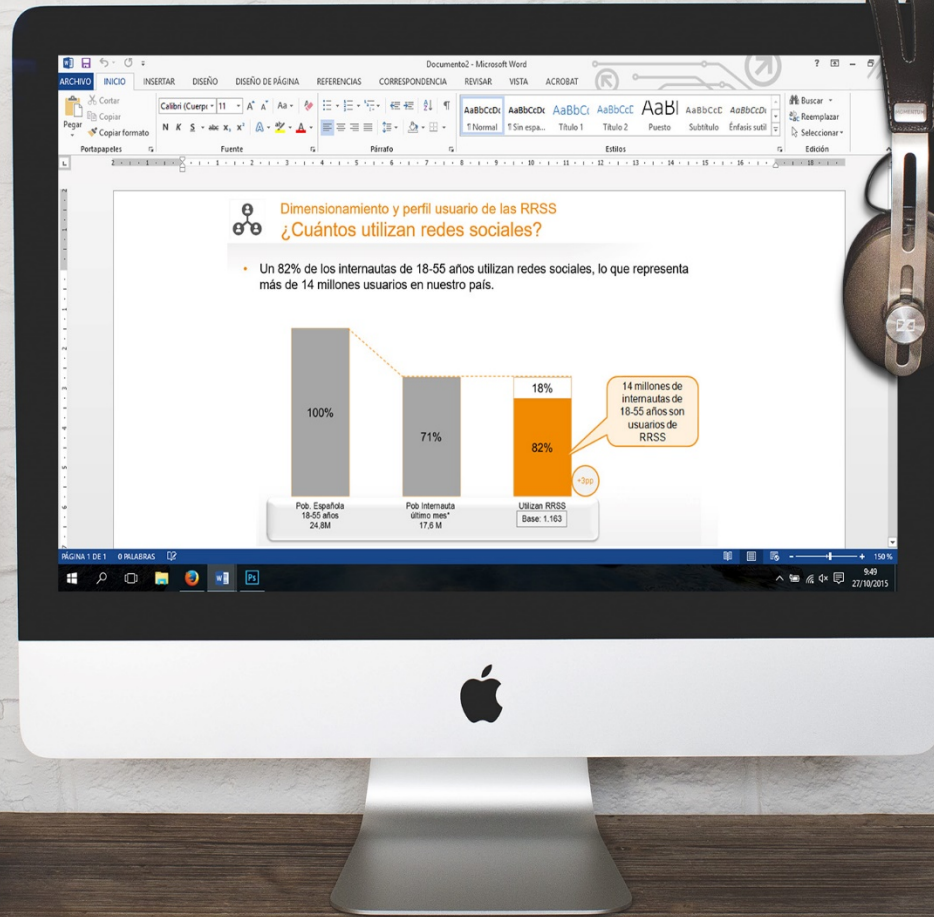
¿ESTAR O NO ESTAR EN LAS REDES SOCIALES?



ESTAR SÍ O SÍ



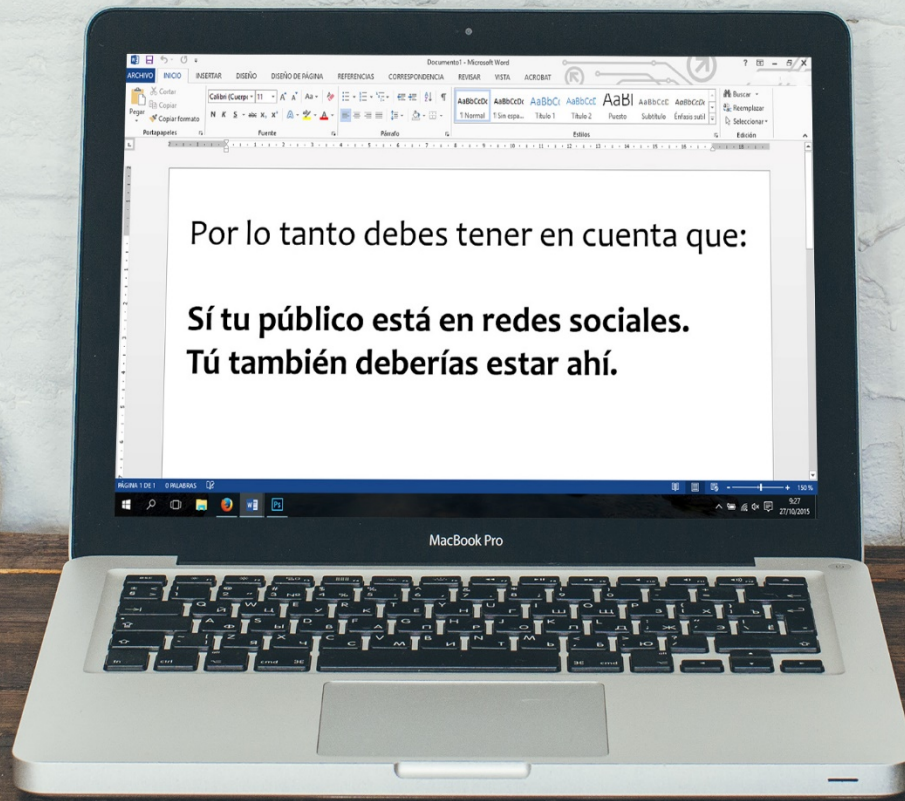
SI NO ESTAS, NO EXISTES



LAS REDES SOCIALES EN ESPAÑA

Por lo tanto debes tener en cuenta que:

**Sí tu público está en redes sociales.
Tú también deberías estar ahí.**





**NO TODAS LAS REDES
SOCIALES SON IGUALES**



ELIGE LAS MÁS BENEFICIONAS PARA TU NEGOCIO

Tener presencia en redes sociales no es simplemente crear una cuenta e invertir en publicidad. Cada red social tiene una naturaleza diferente y un modo de intercomunicarse que difiere de unas a otras. Hay algunas más populares, otras más específicas y en algunos casos, su uso varía según la edad o el sexo.





Facebook

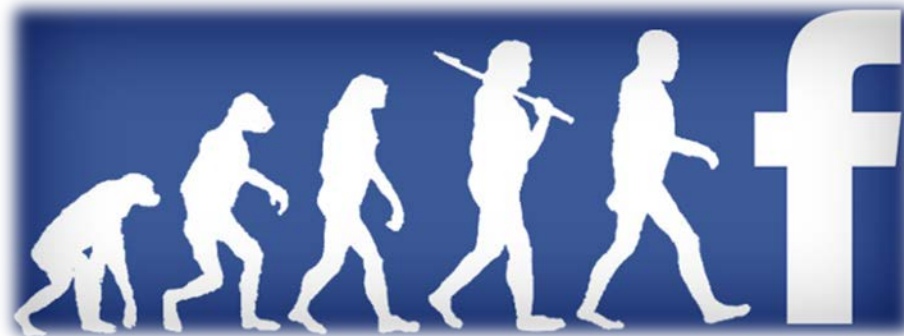
La red social número uno



FACEBOOK

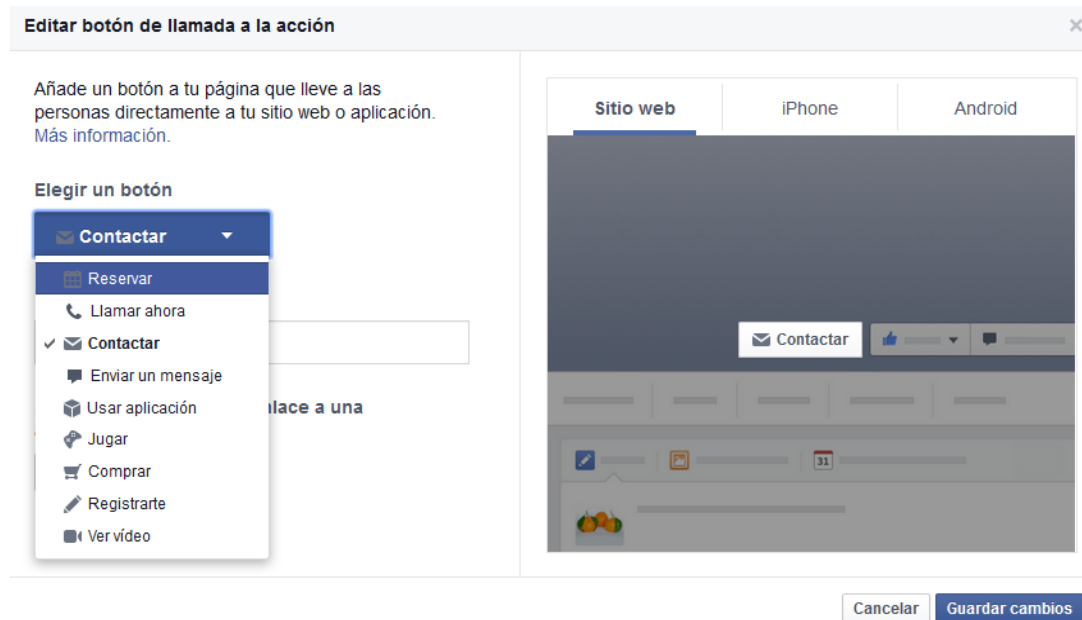
Lanzada en el 2004, se ha convertido en la principal red social de la actualidad. El objetivo de esta red social es promover la comunicación directa entre sus usuarios.

Permite generar campañas creativas y aumentar la notoriedad de su empresa. Además, Facebook te proporciona las herramientas necesarias para que puedas interactuar con otros usuarios, seguidores o clientes potenciales. También te ayuda a segmentar a los seguidores por edad, género, nivel de educación e intereses, etc.



FACEBOOK

Si no desea promocionar y publicitar su marca y solamente busca aumentar las ventas, puede crear una llamada de acción a través del botón reservar y así poder dirigir a sus seguidores a la web de su empresa o a una página específica de un producto o de la compañía, como si de una landing page se tratase.



FACEBOOK

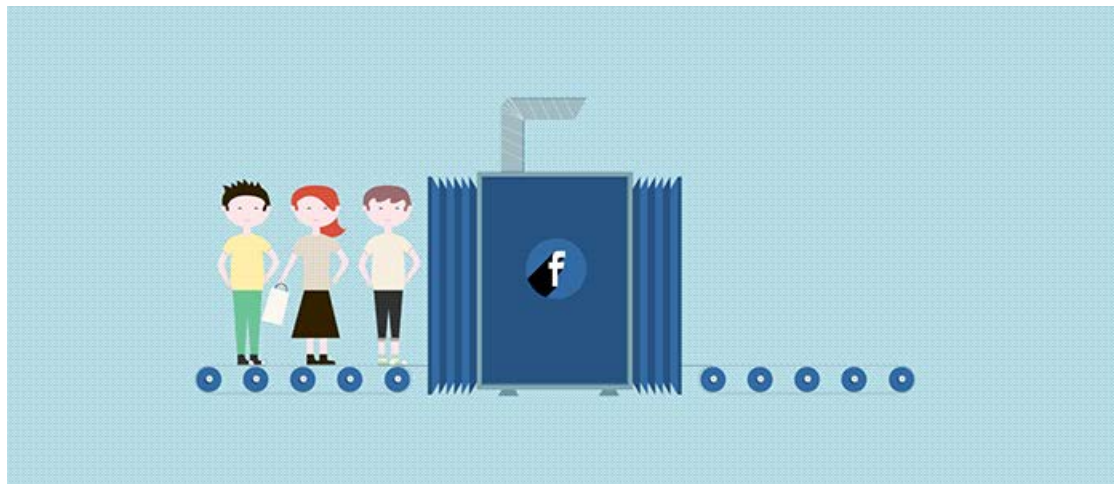
Hoy en día es normal ver que las empresas diseñan páginas exclusivas para promocionar contenidos, productos y servicios con el fin de incrementar su clientela. También es frecuente que las compañías compartan su misión, visión y objetivos, poniendo especial énfasis en la responsabilidad social corporativa.



FACEBOOK

El tener más **“me gusta”** no demuestra necesariamente, que más usuarios deseen conocer tu empresa y mucho menos que se tengan mayor número de ventas. Por lo tanto aprovecha este medio para escuchar necesidades, sugerencias y opiniones, actuando de acuerdo con sus expectativas y generando comunicación y empatía con ellos.

Además, es muy importante tener un plan para convertir a los seguidores de Facebook en clientes reales de su marca, para rentabilizar el tiempo y dinero invertido.





YouTube

Comunicación a través de videos

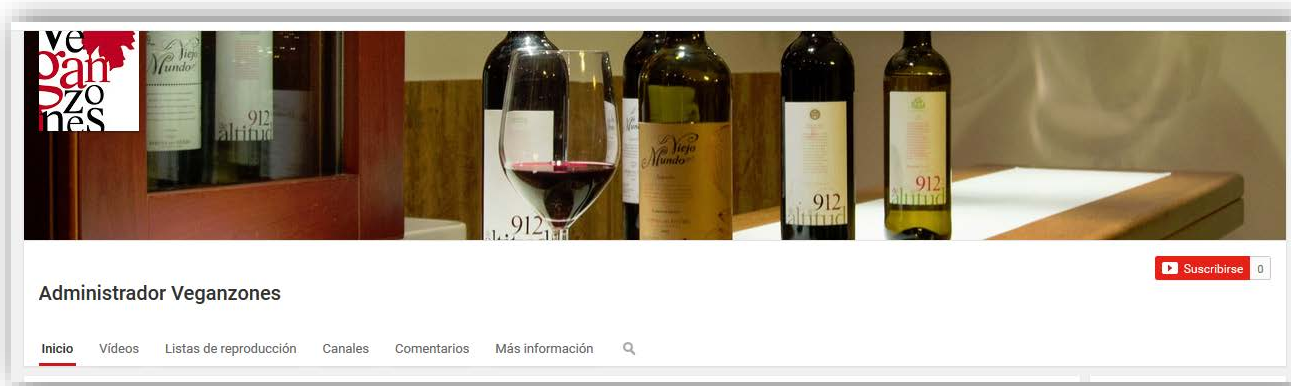


YOUTUBE

YouTube es una plataforma que permite visualizar, subir y compartir videos en internet. Manejar esta red social de manera adecuada, creando contenido de calidad, **puede posicionarte dentro de las primeras posiciones en el buscador de Google.**

CREAR UN CANAL DE YOUTUBE ES SENCILLO Y GRATUITO

La idea no es solamente compartir videos promocionales, sino proporcionar recursos de calidad para el usuario y que este se sienta atraído por los contenidos publicados, que a su vez retroalimenta el conocer más sobre la propia empresa.



YOUTUBE

Puedes utilizar tu canal para hacer más amigable la transmisión de información sobre **detalles de tus productos, cómo realizar el proceso de compra, realizar una queja o sugerencia.**

Por ejemplo, Bodegas Veganzones nos muestra el proceso de elaboración de sus vinos:





Linked in

Muestra tu potencial empresarial



LINKED IN

El objetivo de LinkedIn difiere del de otras redes sociales. En LinkedIn ***solamente se abarcan temas de trabajo y desarrollo profesional*** y los contactos giran entorno a este tema.

Los usuarios crean sus perfiles con sus currículos vitae, mientras que las empresas buscan al profesional que mejor encaje con su cultura empresarial y además sea un recurso invaluable para la empresa.



LINKED IN

Debemos tener en cuenta que es una red profesional y por tanto como usuarios debemos ser serios y profesionales, mientras que como empresa debemos ser comunicativos y atractivos. Por lo cual debemos crear nuestro perfil en función de nuestras necesidades, condiciones o cualidades y del tipo de usuario que somos.

The image shows a screenshot of the UNED LinkedIn profile page. At the top left is the UNED logo. To its right, the name 'UNED' is displayed in bold, followed by the description 'Enseñanza superior' and 'De 5.001 a 10.000 empleados'. On the far right, it shows '16.586 seguidores' and a 'Seguir' button with a cursor icon. Below the header is a 'Inicio' tab. The main content area features a large banner image of a woman and a man working at a desk. Overlaid on the banner is a green circular graphic with the text 'Curso 2015-2016 AMPLIACIÓN PLAZO DE MATRICULA HASTA 10 DE NOVIEMBRE'. To the left of the graphic, a list of statistics is shown: '27 Grados', '11 Grados Combinados', '68 Másteres', '18 Programas de Doctorado', '536 Formación Permanente', '13 Idiomas', and 'Acceso a la Universidad'. Below the banner is a paragraph of text describing UNED as a national university offering distance and semi-presential education. On the right side of the profile, there is a section titled 'Empleados de UNED' with a carousel of employee photos. Below this is the profile of 'Javier Conde Collado', identified as a 'Catedrático de Universidad. Doctor Ingeniero I...'. A link 'Ve cómo estás conectado' is visible. At the bottom right, there is a section titled 'Los usuarios también vieron'.





Instagram

El poder de transmitir mediante una imagen



INSTAGRAM

Red social que nos permite compartir fácilmente imágenes y videos a los que podemos aplicar filtros profesionales que permiten que nuestras imágenes y videos sean más atractivos para el usuario y todo ello en cuestión de segundos.

Instagram nos proporciona una herramienta para comunicarnos de forma visual que junto al uso de los **“hashtags”** nos permite hacer accesible nuestro contenido para otros usuarios.



INSTAGRAM



¿Cómo podría tu empresa aprovechar esto?

Con un video corto puedes mostrar al usuario la configuración correcta de tus productos o ayudarle con tutoriales sobre consultas frecuentes.

También mediante una imagen creativa puedes promocionar algún producto o servicio o mostrar cómo es tu empresa de puertas hacia dentro.

Incluso compartir imágenes que tus clientes te haya proporcionado usando tus productos o disfrutando de tus servicios.





Twitter

El poder de la palabra



TWITTER

En esta red social solamente dispones de “**140 caracteres para transmitir un mensaje**”. Por lo que el reto se encuentra en usar las palabras adecuadas para comunicar de forma idónea tu mensaje. También se pueden incluir imágenes, videos o enlaces, para transmitir de forma más sencilla la información o enlazarla con algún contenido web.

A continuación os dejamos **glosario** con los términos más utilizados en twitter.

Tweet (tuit): Publicación o actualización de estado en Twitter.

Followers (Seguidores): Usuarios que siguen una cuenta y pueden leer los tweets que se envían de ésta, directo en su timeline.

Following (Seguidos): Son las cuentas que un usuario sigue, un tipo de suscripción a los tuits de una cuenta. Los mensajes publicados en las cuentas seguidas aparecen automáticamente en el timeline del usuario.

Timeline (TL): Es el lugar de la cuenta donde se pueden encontrar, de manera cronológica, todos los tuits enviados de las cuentas que se siguen.

Listas: Son agrupaciones de cuentas, seleccionadas generalmente por temática, que crea el usuario.



TWITTER

@Usuario: Es la forma en que se muestra el nombre del usuario en los mensajes que ha enviado. El preceder con una @ el nombre del usuario, es un enlace directo a su perfil de Twitter.

Perfil: Es la página de Twitter de cada usuario donde se puede consultar la información del mismo, y los tuits que ha enviado.

RT (Retweet o retuit): Función que permite volver a publicar de un tuit, citando al usuario autor, a nuestros seguidores.

DM (Mensaje Directo): Son mensajes privados entre 2 usuarios, no son públicos por lo cual no aparecen en el timeline.

HashTag (#): Son las palabras clave o etiquetas precedidas por el símbolo #. Esta funcionalidad permite unir conversaciones, ya que los demás usuarios pueden utilizarlo o facilitar la búsqueda de un tema.

Trending Topics: Temas de interés. Son las palabras clave que se utilizan en un transcurso de tiempo y permiten ver que tan popular se volvió un tema. Normalmente su popularidad se reduce a horas o minutos.

#FF (Follow Friday): Es un hashtag muy utilizado en Twitter los días viernes, para recomendar usuarios. Se escribe el hashtag seguido de las cuentas que invitas a seguir.



TWITTER

Avatar: Es la imagen del perfil que representa a cada usuario y que generalmente acompaña los mensajes enviados por el mismo.

Menciones: Tuits en los que se menciona el nombre de un usuario y permite saber fue el usuario autor. La diferencia entre Mención y Reply es que, el segundo comienza con @NombredelUsuario, y en la mención no es necesario que el mensaje comience de esa manera. Es decir, todos los replies son menciones pero no todas las menciones son replies.

Sidebar: Barra que contiene los botones que ayudan a navegar en un perfil de twitter y que a su vez muestra la información del usuario y su cuenta.

Unfollowear: Dejar de seguir a un usuario, como cancelar la suscripción a sus tuits, por lo cual éstos dejan de aparecer en el timeline.

Favoritos: Tuits que cada usuario considera de interés. Se marcan con la estrella que aparece en la parte superior de cada tuit.

Bot: Perfil robot que manda tuits programados.

Troll: Usuario de Twitter que utiliza su cuenta atacar a otros usuarios con comentarios agresivos o groseros.



TWITTER

En **Datic** mediante nuestros tweets tratamos de aportar soluciones a problemas de informática, hacernos eco de noticias transcendentales o informar de nuestros servicios.





Google +

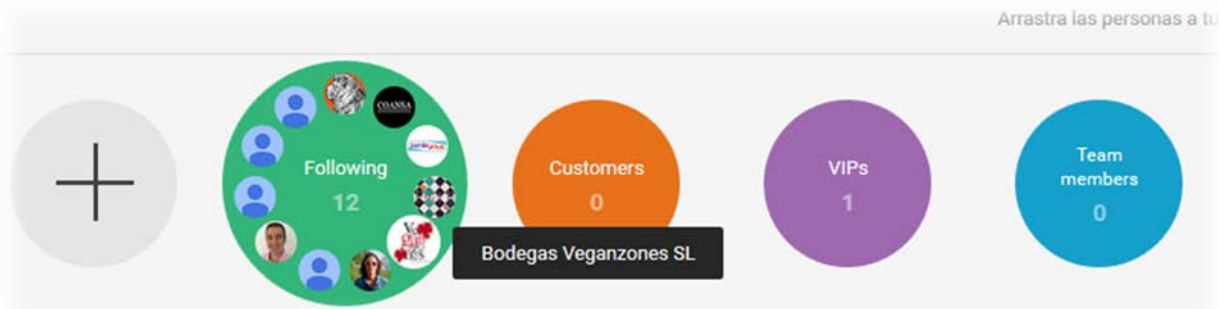
La gran red social de Google



GOOGLE +

Lanzada en el 2011, Google plus o G+, es una plataforma adicional a los servicios que ofrece Google como Maps, YouTube, Chrome y varios más. **Su fuerte es la funcionalidad de Hangouts**, herramienta para videoconferencias de alta calidad.

También **posibilita el crear círculos de personas segmentados y dirigirles información específica**. Puedes crear un circulo para los trabajadores y así facilitar el trabajo y la comunicación, también puedes crear un circulo con los clientes para promocionar los nuevos lanzamientos de tu marca y otro con los proveedores con los que puedes coordinar videollamadas; todo en una misma plataforma.



GOOGLE +

Con google+ los seguidores pueden obtener información única de la marca, ya que no se utiliza su cuenta de G+ para vender directamente, sino para transmitir exclusividad e información.

The screenshot displays a Google+ profile for 'Datic Desarrollo de Aplicaciones'. At the top, there are navigation tabs: Información, Publicaciones, Colecciones, Fotos, Videos, and Reseñas. Below these, there's a section 'Comparte tus novedades...' with icons for Texto, Fotos, Enlace, Videos, Eventos, and Encuestas. The main content area shows three posts:

- Post 1:** 'Datic Desarrollo de Aplicaciones' (Compartido públicamente - Ayer a la(s) 9:39). The image shows a 'Universal Windows Platform' diagram with various devices and services like Adaptive User Interfaces, Natural User Inputs, Clear OSK, and Cloud Services.
- Post 2:** 'Datic Desarrollo de Aplicaciones' (Compartido públicamente - Ayer a la(s) 9:40). The image shows a large 'Google' logo on a wall. The text below reads: 'Google abre su fondo de 150 millones de euros para el periodismo digital' and 'La compañía tecnológica recibe desde hoy solicitudes de ayudas para proyectos innovadores de periodistas y medios digitales'.
- Post 3:** 'Datic Desarrollo de Aplicaciones' (Compartido públicamente - 22 sept. 2015). The image shows a smartphone displaying 'APP CATÁLOGO'. The text reads: 'Desde Datic te ofrecemos una app adaptada a las necesidades de tu empresa que muestra un catálogo digital de tus productos y permite realizar pedidos a través del correo electrónico.'

On the right side, there are sections for 'En tus círculos' (12 personas) and 'Te tienen en sus círculos' (4 personas). At the bottom left, there are social media icons for Facebook, Twitter, and Google+.





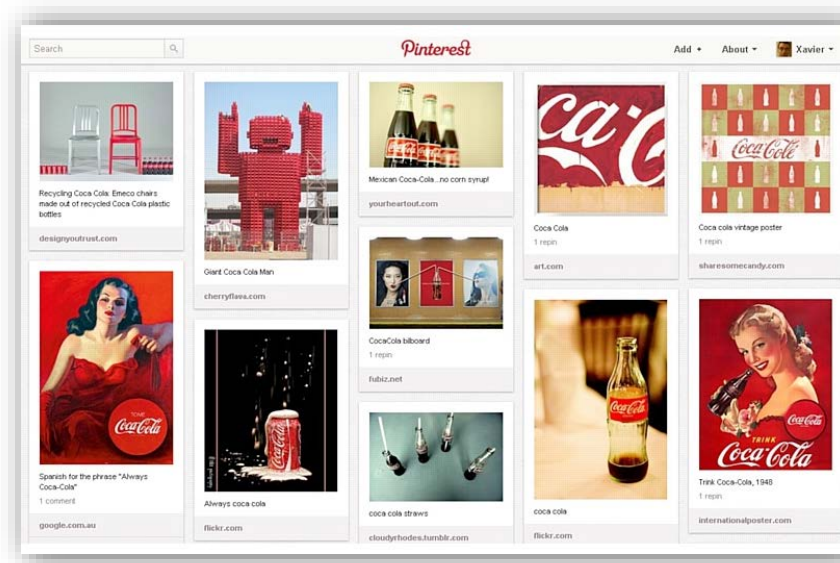
Pinterest

Coleccionando intereses



PINTEREST

Pinterest es una plataforma para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies y mucho más. Los usuarios pueden buscar otros pinboards, “re-pin” imágenes para sus propias colecciones o darles 'me gusta'. La misión de Pinterest es **“conectar a todos en el mundo, a través de cosas que encuentran interesantes”**. La organización de las imágenes y de los videos es se factor diferencial.



PINTEREST

A la vez que guardas una imagen tienes la opción de compartirla con tus seguidores. Por eso, si tu empresa tiene contenido visual que puedes explotar, es importante que estés en esta red social.

La mayoría de sus usuarios tienen un rango de edad entre 25 y 45 años, **predominantemente mujeres**. Solo es cuestión de ponerse creativos y crear un portafolio de ilustraciones que puedan llamar la atención de nuestro público.





CLAVE:
ESCUCHAR



RELACIÓN WIN-WIN

Las redes sociales pueden ser armas de doble filo dependiendo de cómo se usen. La meta es conseguir un beneficio mutuo, **“win to win”** entre la empresa que está detrás de una marca y el usuario. Así se rompe el egocentrismo de algunas marcas, pues ya no solo se trata de hablar de ellas mismas, puesto que no es un medio de un único interlocutor sino que se trata de saber escuchar y actuar en consecuencia.

Por ello debemos analizar el tipo de usuarios de nuestras redes para conocer los **“insights”**, probablemente la herramienta más importante con la que puedes crear campañas, mejorar tu desarrollo online y llegar a ser una marca reconocida.



INSIGHTS DEL CONSUMIDOR

Los insights del consumidor son aspectos que se encuentran ocultos en su mente. Estos afectan la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores. Un Insight es una comprensión fresca y no todavía obvia de las creencias, valores, hábitos, deseos, motivos, emociones o necesidades del cliente que puede convertirse en base para una ventaja competitiva”.

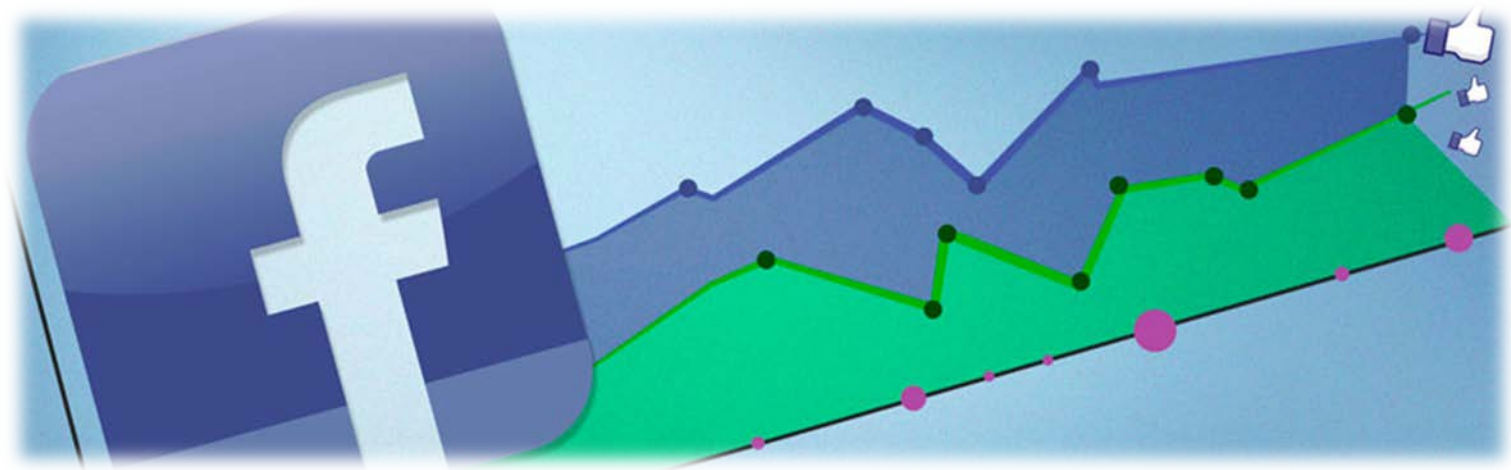
Estos insights son muy útiles debido a que representan la oportunidad de generar nuevos productos, estrategias y comunicación que ayuden a las empresas a ser innovadoras. Hoy en día el mercado es muy competitivo y las empresas que no tienen una ventaja competitiva se quedan en el camino y son superadas por aquellas que sus productos o servicios son innovadores y representativos para los consumidores; es por esto que las empresas, enfrentan la necesidad de conocer más a fondo a sus clientes, se debe tener una perspectiva más centrada en este. Los productos o servicios existen para satisfacer necesidades, por muy extrañas que parezcan, de los clientes.

Estas necesidades que cumplen los productos o servicios se pueden esquematizar de lo emotivo a lo básico:

- ✓ **Creencias y valores:** representan la parte más emotiva que cumple un producto en los consumidores, los cuales se identifican con la marca o producto debido a que representa, para ellos, algo más que un simple objeto o un simple nombre. Si una marca o un producto logra que sus consumidores le atribuyan sus creencias y valores se habrá creado un vínculo inquebrantable entre el consumidor y la marca, habrá confianza y se identificarán plenamente con estos. Habrá lealtad hacia la marca por parte de su consumidor.

- ✓ **Beneficios:** Estos son aquellos otorgados, por la marca o el producto, al consumidor, estos también logran una relación estrecha con el cliente, debido a que representan un plus y una ventaja competitiva a diferencia de otros productos o marcas.
- ✓ **Características y atributos:** son aquellos que el producto, servicio o marca debe tener para poder satisfacer las necesidades básicas del consumidor.

Para esto nos ayudan los insights, para descubrir la conducta de compra, de consumo y uso del consumidor, entenderlo más a fondo y sobre la base de eso crear estrategias y marcas que propicien una relación con el consumidor. Con esta necesidad, nos estamos introduciendo en un marketing emocional, un marketing más preocupado por sus consumidores y lo que en verdad representan las marcas y productos en su interior, es por eso la necesidad de buscar los códigos de los productos, es decir, el significado real de un producto en la mente del consumidor, para descubrir el porqué del comportamiento del mercado de consumo.



SOBRE DATIC

Somos un equipo joven con gran experiencia en el diseño web profesional y en la integración de soluciones tecnológicas.

Nuestro objetivo es idear y desarrollar un producto satisfactorio, único para cada cliente, mezcla de: pasión, creatividad, innovación y diseño.

¿Qué hacemos?

- ✓ Diseño y programación web (dominio y hosting).
- ✓ Mantenimiento y servicios informáticos.
- ✓ Marketing online.
- ✓ Software de gestión.
- ✓ Diseño de material corporativo para empresas.
- ✓ Tienda online (e-Commerce).
- ✓ Blogs personalizados.
- ✓ Campañas de Newsletters.
- ✓ Social Media.



THANK YOU

GRACIAS
ARIGATO
SHUKURIA

DANKSCHEEN
BIYAN SHUKRIA

TASHAKKUR ATU
YAQHANYELAY
SUKSAMA EKHMET

MEHRBANI
GRAZIE
PALDIES

BOLZIN
MERCI

JUSPAXAR
GOZAIMASHITA
EFCHARISTO

KOMAPSUMNIDA
MAAKE
LAH

SPASIBO
SNACHALHUYA
NUHUN
CHALTU
WABEEJA
MAITEKA
HUI
UNALCHEESH
HATUR GI
SPASIBO
DENKAUJA
NENACHALHYA
YUSPAGARATAM
ATTO
ANIMA
UNALCHEESH
EKOJU
SIKOMO
MINMONCHAR
MAKETAI