



BIENVENIDOS

PRESENTA

COMO USAR LAS REDES SOCIALES

PARA GANAR DINERO EN TU NEGOCIO





Quienes somos

- Alejandra Peláez
- Edith Cisneros
- Andrea Rivera



Objetivos del taller

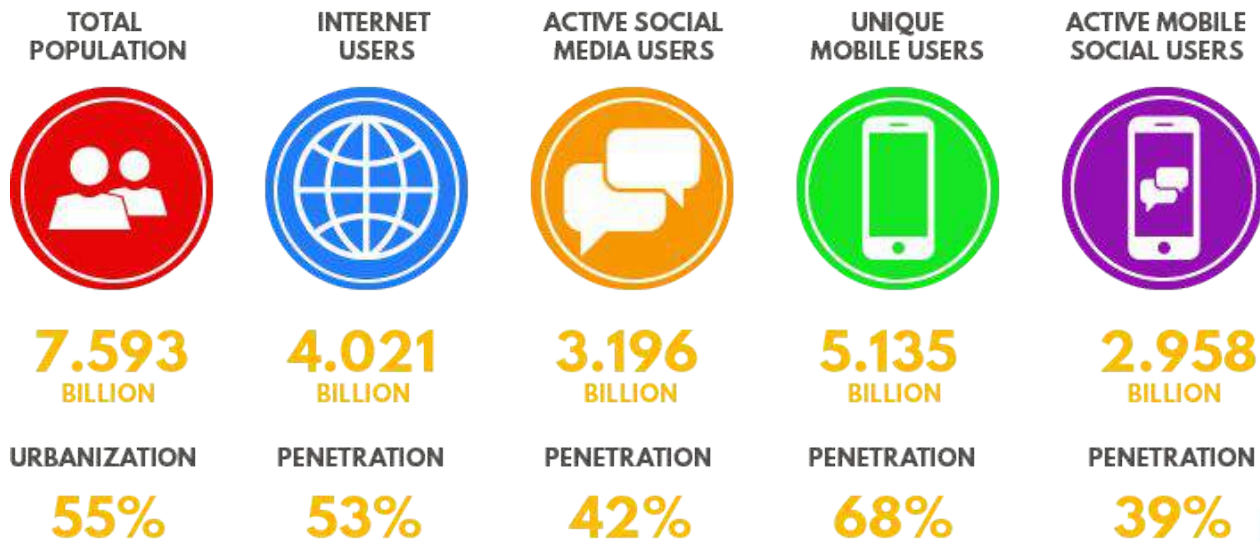
1. Brindar herramientas que ayuden a los participantes a desarrollar campañas eficientes en redes sociales
2. Responder dudas acerca del manejo apropiado de las redes para sus negocios
3. Ofrecer tips que les ayudarán a optimizar los resultados de las campañas



ANTES DE COMENZAR...

¿EN DÓNDE ESTÁS EN TU NEGOCIO Y A DONDE QUIERES LLEGAR CON TU ESTRATEGIA DE MAKETING DIGITAL?

Por qué debemos usar las redes sociales para nuestro negocio



JAN 2018

Cuales el objetivo por el cual queremos usar las redes para nuestro negocio

- Mejorar la relación con los clientes.
- Crear una comunidad de clientes.
- Conseguir recomendaciones de la empresa, su producto o servicio.
- Aumentar el interés por los productos o servicios.
- Reforzar la imagen (innovadora) de la empresa.
- Corregir posicionamiento de la empresa.
- Mejorar la reputación.
- Ahorrar presupuestos en medios tradicionales.
- Llegar a mercados donde jamás imaginamos estar

Visibilidad: Que los clientes potenciales conozcan la marca.

Ventas: Que los clientes convertidos confíen en la marca.

Fidelización: Que los clientes fidelizados recomienden la marca.

¿Cual es la red apropiada para mi negocio?

1. Cual es nuestro público objetivo?

- a. Público objetivo es el grupo de personas que tiene más posibilidades de comprar lo que vendes. Es decir, personas que tienen una cierta necesidad y que tu negocio puede solucionar. Tu misión como empresa es buscar a estas personas. Esta acción se denomina segmentación.

Pasos para identificar a tu público objetivo

1. ESTABLECE LAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE TU PRODUCTO O SERVICIO
2. PREGÚNTATE QUÉ TIPO DE PÚBLICO QUIERES ATRAER



3. OBSERVA A TUS CLIENTES O LOS DE TU COMPETENCIA

SEMRUSH: Esta es una de las herramientas pioneras en el estudio del comportamiento del mercado online para el desarrollo de tácticas SEO y SEM efectivas. Semrush rastrea y lleva a cabo informes objetivos sobre *link building*, campañas de display, palabras claves, autoridad y búsquedas orgánicas de cualquier empresa con presencia en los motores de búsqueda.

<https://www.semrush.com/dashboard/>

4. SEGMENTA TU MERCADO

Edad, Sexo, Comportamiento



5. SACA PROVECHO DE LAS HERRAMIENTAS DE ANALÍTICA WEB:



Mide Información de las visitas en tu web: Cuántas personas la visitan, cuánto tiempo permanecen en ella, de dónde provienen, qué dispositivos utilizan, entre otras cosas.

Google Adwords: Identifica las palabras claves



A través de Facebook Insights podrás conocer muy bien cuál es tu target. Puedes saber datos como el alcance de tus publicaciones, qué tipos de perfiles visitan tu Página, cuáles son los comportamientos de compra de los usuarios, etc.



¿Cuál es la red donde mi público tiene más presencia?





Un vistazo a las principales redes





Miles de millones de personas usan Facebook todos los meses.

70 Millones de negocios registrados en Facebook

Permite compartir **novedades, incluidos videos y fotos, pedir recomendaciones de negocios, enviar mensajes, transmitir en vivo, crear eventos, etiquetar, invitar y más**

https://www.facebookblueprint.com/uploads/resource_courses/targets/362811/original/index.html?_courseId=187216#/page/5c37beb36574b3611a774a31



25+ Millones de negocios a nivel mundial

60% de las personas descubren nuevos productos en IG

200 Millones de usuarios de IG visitan al menos 1 perfil de negocio por día

Con tu perfil estándar puedes compartir **fotos o videos** de manera privada o pública.

Agregar contenido a su historia, hacer comentarios en las publicaciones de otras personas y enviar mensajes personales o en grupo.



ADVERTISING



B2B



Microblog 140 caracteres maximo

Twitter también sirve para mantenerte informado acerca de los más recientes e importantes acontecimientos noticiosos que ocurren tanto en tu ciudad como alrededor del mundo

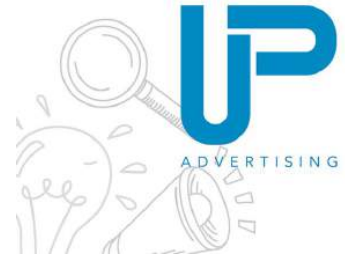
Una de las grandes ventajas de Twitter es que desde sus inicios fue pensada como una red social móvil, diseñada para acceder a ella desde teléfonos celulares.



En este momento LinkedIn es la mayor red profesional del mundo y cuenta con más de 150 millones de usuarios en más de 200 países y territorios.

Está orientada más a relaciones comerciales y profesionales que a relaciones personales y por tanto en esta red social lo que encontrarás son empresas y profesionales que buscan promocionarse, hacer networking y negocio.

<https://www.ciudadano2cero.com/linkedin-que-es-como-funciona/>



Perfil

Representa a una sola persona y lleva el nombre del mismo,

Contiene información personal la cual se presenta en la biografía,

Los contactos de este perfil se conocen como Amigos y para que el usuario pueda hacerse parte del grupo debe pasar por el filtro de ser agregado como amigo por el dueño de la cuenta.

https://www.facebook.com/business/help/2148431558717386?helpref=faq_content



Página de negocio

La página en Facebook representa a una organización, una marca, una micro empresa, etc.

Lleva el nombre comercial de un negocio.

Sus seguidores son usuarios con Perfiles personales de Facebook y son identificados por medio de los clicks a la opción “Me gusta” de la página.

Una de las ventajas es que no tiene límite determinado de seguidores

Ofrecen estadísticas y reportes sobre la evolución

Permiten personalizar pestañas

Permiten hacer anuncios

Grupos

Los grupos son un espacio pensado para intercambiar opiniones acerca de intereses comunes con determinadas personas.

Puedes usar los grupos como foro de debate y para comentar temas específicos.

Puedes agregar eventos a tu grupo y configurar un calendario para que esté organizado. Obtén más información sobre los [grupos](#).

Pasos para tener una página exitosa

1. Cover Imagen - Video
2. Completa la información :
 - a. Direccion
 - b. Website
 - c. Telefono
 - d. Horas de operación
 - e. Tu historia
3. Facebook Vanity URL
4. Set up respuestas automáticas
5. Link FB a Instagram y/ o Twitter



Cover

8

51x315px

Utiliza imágenes limpias

Refleja tu identidad

Evita vender

Activa el boton de Call to action

GEORGIA HISPANIC
GHCC CHAMBER of COMMERCE

31st. Gala

La Vieja HABANA

SAVE THE DATE

Saturday, June 1st, 2019
Flourish Atlanta
3143 Maple Drive Atlanta, GA 30305

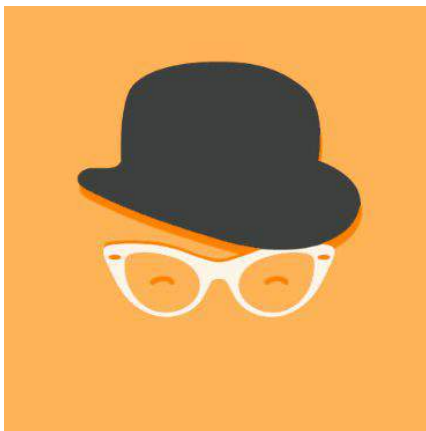
ups Presenting sponsor

Te gusta ▾ Siguiendo ▾ Compartir ...

Llamar ✎



Foto de perfil



Usa tu logo
Mantén los colores de tu marca
Evita usar copy



Contenido

Para que las personas regresen y estén interesadas en tu página tu contenido debe de ser:

Interesante para tu audiencia

Que lo puedan usar

Y que lo entiendan fácilmente

Usa la regla 70-20-10



Original Content

Created by you about your brand, team and customers.



Share

Related content that enhances or collaborates with your service or product offering.



Promote

Your offers, services or products.



TIPS

- PONTE EN LOS ZAPATOS DE TU AUDIENCIA
- CONSISTENCIA
- GENERA CONTENIDOS INTERESANTES IMÁGENES Y VIDEOS
- ORTOGRAFÍA, GRAMÁTICA
- SOCIAL MEDIA ES UNA HERRAMIENTA DE DOS CAMINOS:
- ESCUCHA E INTERACTUA
- ENTRENA A TUS EMPLEADOS
- RESPONDE A LAS CRITICAS O QUEJAS CON PICARDIA

Frecuencia de tus publicaciones

Hora de publicación

Analizar estadísticas de tu página



Conocimientos

Like VS Follow a Page:

Like: Le damos like a las páginas que nos gustan o nos interesa el contenido de ellas.

Al darle like automáticamente el botón de seguir se activa

Follow: Estas interesado en el contenido que comparte una marca y no necesariamente manifiestas que le gusta una página

“Me gusta” en la página de Facebook es más emocional y el de “Seguir” es el que mejor mediría la comunidad.

#HASHTAGS: Herramienta para la creación de contenidos y aumento de la participación de usuarios y difusión de información relevante a eventos, noticias, tendencias de la industria. Unifica la información por temática

- Palabras y frases (Sin espacios) precedidas del símbolo #
- Corto, preciso, facil de memorizar, contextualizado, caracteres estandarizados
- Corporativos, de contenido, de campaña, tendencias

@Tags: El símbolo @ se usa para mencionar a otro usuario o "amigo" en un sitio de redes sociales. Por lo general se usan para responder a una pregunta o a un texto o publicación anterior.

Fotos - Videos - Live - GIF





La importancia de los Comentarios

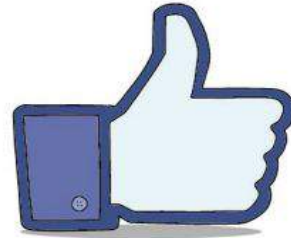




Buenas prácticas y ética en tus respuestas y comentarios



CÓDIGO ETICO



- PÚBLICO VS PRIVADO
- SEA TRANSPARENTE
- CORRIJA SUS ERRORES
- SEA PROFESIONAL
- JUSTICIA Y RESPETO
- INTELIGENTE
- PRIVACIDAD Y DERECHOS DE AUTOR
- SEA CUIDADOSO



EJECUTA

REVISAREMOS UN EJEMPLO, PARA UNA CAMPAÑA PAGA



Cuentas publicitarias



Facebook Ads

Crea Tu Cuenta Publicitaria - www.business.facebook.com



Establece Tu Objetivo



Establece Tu Audiencia

Formulario de Lead Generation - Mantenlo simple

Lanza la campaña - No hagas cambios en 24 horas



Leads: Organiza tu equipo

- Llamadas
- Email



Analiza los resultados todos los días

Ajusta la campaña si es necesario

Establece objetivos para tu campaña



Facebook Ads

Administrador de anuncios

Buscar en negocio

Up Advertising

1385000408389539 (1385...)

Campaña

- Objetivo

Conjunto de anuncios

- Público
- Ubicaciones
- Presupuesto y calendario

Anuncio

- Formato
- Contenido multimedia
- Contenido adicional

Cerrar

Crear nueva campaña [?] Usar campaña existente [?]

Campaña: Elige tu objetivo. Cambiar a creación rápida

¿Cuál es tu objetivo de marketing? Ayuda: selección de un objetivo

Reconocimiento	Consideración	Conversión
Reconocimiento de marca	Tráfico	Conversiones
Alcance	Interacción	Ventas del catálogo
	Instalaciones de la app	Tráfico en el negocio
	Reproducciones de video	
	Generación de clientes potenciales	
	Mensajes	



¿Preguntas?



Recursos Gratuitos

facebook blueprint



Google Marketing Platform

SurveyMonkey®

