

ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES



we simplify
Internet Marketing



Introducción.

¿Por qué es necesaria una presencia de su empresa en redes sociales?

En el mundo actual lleno de nuevos medios y de tecnología de comunicación digital, las empresas de todo tamaño y sector tienen una gran oportunidad de multiplicar el alcance de sus mensajes, utilizando las redes sociales de comunicación.

Estrategias de comunicación en redes sociales.

Muchas empresas conocen que hay beneficios asociados con el uso de las redes sociales, pero aún no tienen implantada una estrategia adecuada al respecto.

Para ayudar a su empresa a utilizar las redes sociales, WSI dispone de recomendaciones sobre buenas prácticas, listas de control, plantillas, herramientas y recursos variados para que su empresa pueda:

- Informar y formar a su equipo en redes sociales.
- Asegurarse de establecer políticas y protocolos.
- Asegurarse de que su marca está protegida y es consistente, admirada.
- Crear una presencia en redes sociales y comunidades de usuarios.
- Usar las redes en sus relaciones públicas.
- Medir su actividad en redes sociales.
- Vigilar y gestionar su reputación de marca.
- Establecer una estrategia de gestión de la crisis para controlar riesgos en relación con las conversaciones en redes sociales.

Antes de empezar.

Informar y educar a su equipo.

Dependiendo del tamaño de su empresa, debe seleccionar un grupo de 3-4 personas que compongan dentro del departamento de marketing, el equipo de “community web managers”. Este equipo será formado y tendrá el objetivo de formar al resto de la empresa.

Establecer una política en relación con las redes sociales.

Este es un documento que contiene la guía y los principios que deben regir la comunicación con el público, usando las redes sociales.

Asegúrese de que todas las personas que componen su empresa conocen este documento de responsabilidad en el uso de las marcas y del nombre de su empresa.

Plantilla de política en relación con las redes sociales

Disponemos de plantillas adaptables a su caso.

Protección de nombres y marcas registradas.

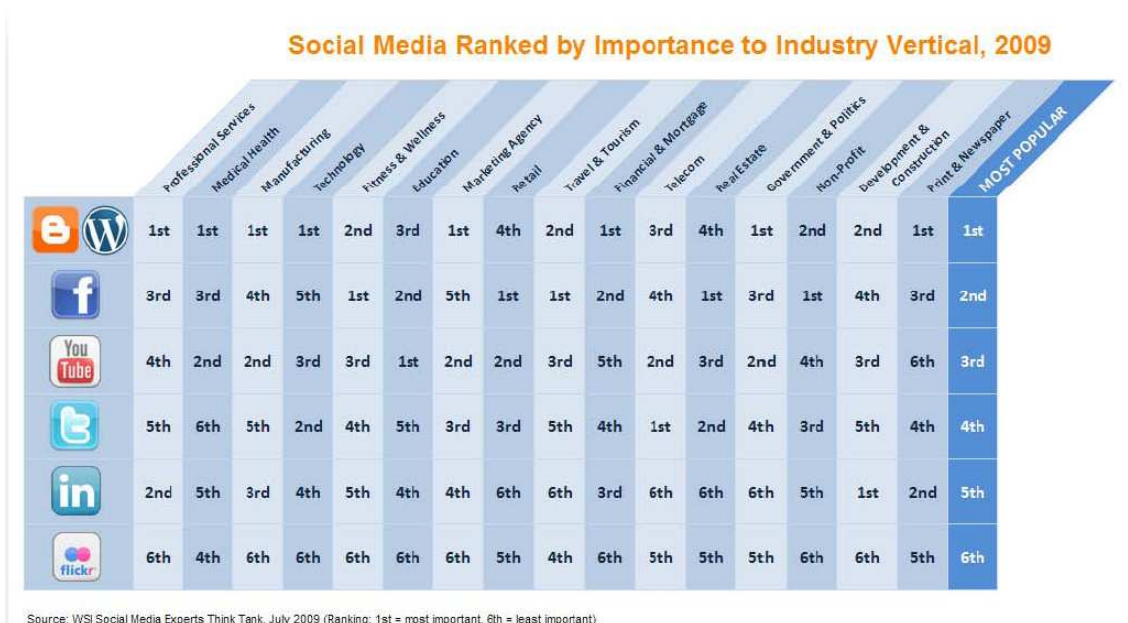
Cuando una empresa lanza un sitio Web, tiene que registrar un dominio con su nombre para usarlo. Es igualmente importante registrar su nombre y marcas registradas en los portales de redes sociales.

Dónde empezar.

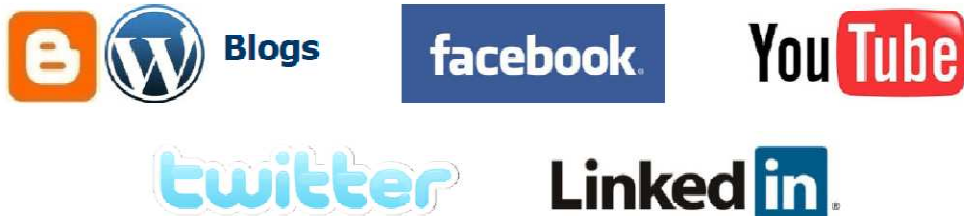
Escoger los portales más adecuados para su sector.

Definir sus objetivos en redes sociales.

Estar dónde su público objetivo puede estar.



Los Top 5 en Redes Sociales



Blogs

Facebook

YouTube

Twitter

LinkedIn

En esta sección se hace un repaso general de cada plataforma y además se muestran:

- Mejores prácticas de uso.
- Consideraciones de importancia.
- Ejemplos de cómo se usan los portales para elevar el perfil de su empresa online.
- Herramientas y recursos disponibles.
- Cómo empezar.

Redes sociales, comunicados de prensa, relaciones públicas y Responsabilidad Social.

Tanto si su empresa está lanzando un nuevo producto ó servicio ó está participando en un evento de caridad como sponsor, la manera de mostrarlo al público es a través de comunicados de prensa.

Si su empresa está envuelta con cierta frecuencia en eventos, lanzamiento de nuevos productos, alianzas estratégicas, reconocimientos, premios y participación en campañas de



we simplify
Internet Marketing

solidaridad, entonces va a necesitar las herramientas, recursos y plantillas que le mostramos en esta sección.

Midiendo lo Social

Indicadores de éxito y medidores.

No existen estándares en la medición del éxito de su presencia en las redes sociales, pero le facilitamos una serie de indicadores que le pueden orientar sobre cómo está afectando una cierta campaña de social media.

Gestionando lo Social

Monitorizar la reputación online de su nombre y marcas.

La gente busca con más frecuencia información acerca de una marca y la calidad de sus productos y servicios, antes de realizar la compra. La razón principal es que quieren escuchar lo que los demás están diciendo sobre el producto ó servicio de una empresa, antes de entablar una relación directa.

Le mostramos algunas herramientas gratis como son las Alertas de Google y otras muchas que le facilitan esta tarea.

Control del daño Social

Gestionar una crisis digital

Se dice que si un cliente tiene una experiencia positiva con una empresa, se lo dirá a 3 personas. Pero si tiene una experiencia negativa, se lo dirá a 10. Los comentarios negativos, no lo dude, se propagan como el fuego por la red.

Le mostramos maneras de preparar una estrategia de gestión de la crisis en caso de daño social.



we simplify
Internet Marketing

Conclusión

La evolución de Internet y el desarrollo de las tecnologías de redes sociales han cambiado completamente el panorama para todas las empresas de cualquier tamaño y sector.

Su empresa necesita establecer una Estrategia de Marketing Digital.

Plan de marketing en contenidos sociales.

Un componente básico de esta Estrategia de Marketing Digital es el Plan de Marketing en contenidos sociales.

Con la aplicación de esta Estrategia y el Plan buscamos conseguir resultados.

RESULTADOS

Hacer que aumente la credibilidad de su nombre y marcas.

Construir su base de clientes online.

Crear vínculos de lealtad entre su comunidad online de usuarios.

Para más información, por favor contacte con:

direccion@wsimarketingeninternet.com

tel. 91 826 5791 (Madrid)