

Social media y Marketing Digital

Para Contadores públicos



Carlos Hernandez Cuestas

Publicista - Marketero

Cómo sería tu vida sin internet?

→ Cuantas veces entraron a internet hoy?

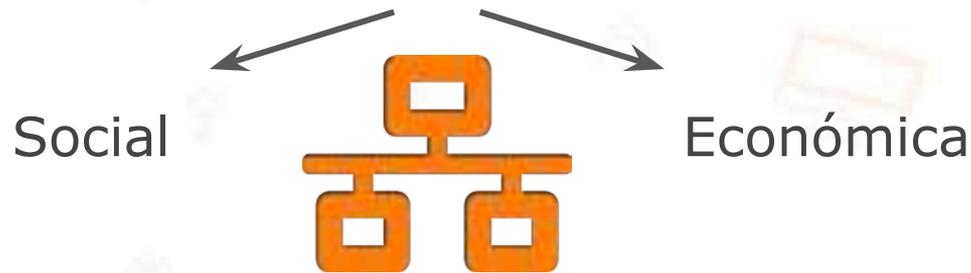
→ Cuantas veces consultaron su celular hoy?

→ Cuantos antes de comenzar miraron whatsapp?

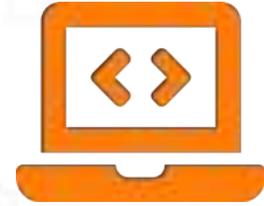


La transformación digital

- ★ Más de 4.5 mil millones de personas usan Internet
- ★ 3.8 mil millones de ellos usan las redes sociales



¿Cuál es tu mayor razón para estar online?



- Redes sociales.
- Comunicación
- Trabajo
- Noticias
- MEMEs y entretenimiento
- Mejoras constantes de estas plataformas
- el surgimiento de nuevas.como TIK TOK





RRSS sitios web conformados por comunidades de personas que tienen cosas en común.



Hoy, las redes sociales le dan el protagonismo a los usuarios y a las comunidades que estos conforman.

Al final, la principal función de una red social es conectar personas dentro del mundo virtual



99%



¿Qué son las redes sociales?

Sitios web conformados por comunidades de personas que tienen cosas en común.



Una red social se ha definido como un conjunto de **personas que tienen vínculos entre sí**, sea por temas comerciales, amistad, trabajo, parentesco, etc.



Historia de las redes sociales

1995, la primera red social del mundo, **ClassMates**, que aún existe.

Chat: opiniones, perfiles y publicaciones, **Six Degrees**, en 1997.

Friendster, ayudar a los usuarios a encontrar pareja, 2002

LinkedIn, la red social profesional que hoy sigue siendo popular

En 2003 nace **MySpace**



Skype inició en 2003
2004, surge **Facebook**

YouTube nace 2005

Twitter nació en 2006

Tumblr en 2007

WhatsApp inicia en 2009

Instagram y **Pinterest** en 2010

Snapchat y **Google +** en 2011.

Telegram en 2013

TIK TOK nace 2016



Medios sociales & Redes sociales

Las **Redes sociales son los grupos de conexiones** y relaciones que tenemos con otras personas.

Los **medios sociales son plataformas** que garantizan que eso suceda



Ventajas de las redes sociales

- Global
- Interactivo
- Perfectamente medible
- Hiper segmentable
- Ayudan a aumentar el tráfico a tu sitio web
- Aumentan el conocimiento de tu marca
- Generan nuevas conexiones en general
- Favorecen la comunicación directa con los usuarios.
- Ayudan a aumentar las ventas



¿Qué es el algoritmo?



En términos de programación, un **algoritmo** es una secuencia de pasos lógicos que permiten solucionar un problema.

Los **Algoritmos** permiten describir claramente una serie de instrucciones que debe realizar el computador para lograr un resultado previsible.



Números para tener en cuenta

Más de **4.5 mil millones** de personas usan Internet, y **3.8 mil millones** de ellos usan las redes sociales



El **89%** de los usuarios de aplicaciones móviles utilizan aplicaciones de **redes sociales**



El **73%** de los especialistas en marketing cree que sus esfuerzos a través del **marketing en redes sociales** han sido "algo efectivos" o "muy efectivos" para la empresa



La **persona** promedio pasa **3 horas al día en redes sociales** y mensajes



El **80%** de las personas revisan sus teléfonos entre los **15 minutos** después de **despertarse**





El **67%** de los especialistas en marketing planean aumentar sus **actividades orgánicas** de Instagram durante los próximos 12 meses.



El **62%** de las personas dice que **se ha interesado** más en una marca o producto después de **verlo en Instagram Stories**.



Dependiendo de la **cantidad de seguidores y el tipo de publicación**, los especialistas en marketing **pagan a los influencers** de Instagram



Solo el **59%** de los especialistas en marketing clasifican a Facebook como su plataforma más importante, **frente al 67% en 2018.**



El 88% de las personas utilizan Facebook para mantenerse en contacto con **familiares y amigos. Solo el 17%** dice que usa Facebook para **seguir marcas**

Un usuario promedio de Facebook hace clic en **11 anuncios por mes**

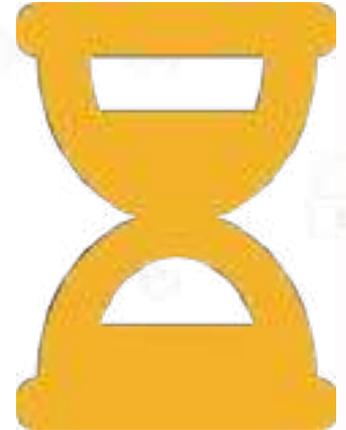
Los **hombres** solo hacen clic en **10 anuncios por mes** mientras que las **mujeres** hacen **clic en 14.**



Timeline

El Timeline es el **espacio que una Red Social le dedica a los contenidos publicados**, es decir, es la línea del tiempo de cada una de las Redes Sociales. ...

Adicionalmente se tienen acciones genéricas que aparecen en todos los Timelines independientemente del tipo de Red Social.



Cómo usar nuestras RRSS

Modelo de negocio anuncios

Timeline: Dependiendo el **engagement** que tengas con tus seguidores

Promocionar negocio

Construcción de marca

Interacción

Me gusta, Comentar y compartir





Modelo de negocio anuncios

Timeline: Cronológico

Atención al Cliente

Investigación de mercado

Interacción

Comentar, Retwittear, favorito y enviar.



Los **hashtags** sirven para contextualizar un Tweet y pueden darle longevidad a una conversación. Tendencias.





Modelo de negocio anuncios según interés

Timeline:
Instagram aún no ha explicado su algoritmo

Exposición de producto

Expectativas visuales

Interacción

Me gusta, Comentar y Enviar



Sirve para etiquetar dentro de una categoría lo que subes a la red social de **Instagram**



Modelo de negocio Creación de redes profesionales

Timeline:
Red de usuarios

Fomentar Networking
Comunicación corporativa

Interacción
Recomendar, Comentar Compartir y Enviar

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





Modelo de negocio anuncios

Timeline:
Cronológico

Branding y SEO

Alta viralidad

Interacción

Me gusta, No me gusta, Compartir y guardar

Sirve para etiquetar dentro de una categoría lo que subes
a la red social de **Instagram**





Modelo de negocio anuncios

Timeline:

Pines y tableros

Exposición de producto

Potenciar las ventas

Interacción

Me gusta, No me gusta, Compartir y guardar

Sirve para etiquetar dentro de una categoría lo que subes a la red social de **Instagram**



Hashtag y tendencias

Específicos

Palabras clave de tu audiencia

Cortos

Sobre todo en twitter

Moderados

No abusar de estos

Propios y en tendencia

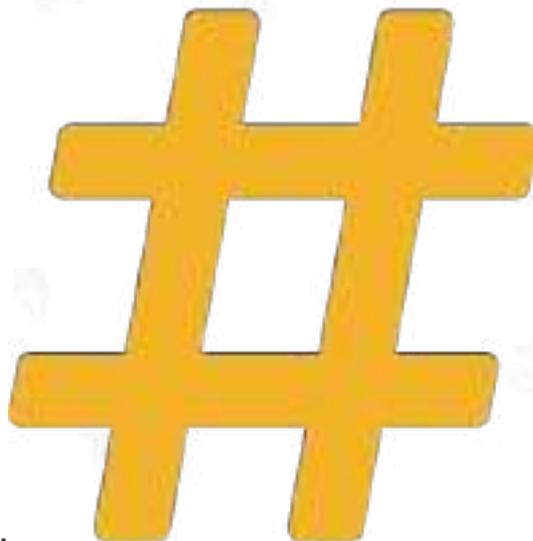
Analizar tendencias

Relevantes

Apropiados para tu negocio

Impacto

Mide cómo funcionan y selecciona



Marketing digital y modelos de negocio

Conjunto de **estrategias** volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se diferencia del **marketing** tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el **análisis de los resultados** en tiempo real.



Atraer **tráfico cualificado**

Convertir ese tráfico en acciones

Analizar resultados

SEO (optimización de motores de búsqueda)

SEM (marketing en buscadores)

SMO (optimización en Redes Sociales)

SMM (Marketing en redes sociales)

Inbound Marketing (invertir la pirámide del marketing)

Email Marketing (marketing por correos electrónicos)

SMO (optimización en Redes Sociales)

SMM (Marketing en redes sociales)





Infografía Comunicación en redes sociales

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Twitter TODO TIPO DE EMPRESAS, SOBRE TODO: Noticias Tecnología Actualidad | Facebook TODO TIPO DE NEGOCIOS, SOBRE TODO: B2C (para contacto directo con clientes finales) | LinkedIn SERVICIOS A EMPRESAS B2B Asesorías Búsqueda de talento |
| Pinterest EMPRESAS RELACIONADAS CON: Moda Viajes Diseño Español Hostelería | Youtube NEGOCIOS RELACIONADOS CON: Bricolaje Cocina Pelucquería Estética Manualidades | Spotify EMPRESAS RELACIONADAS CON: Bares y pubs Salas de conciertos Barbeter Deporte |
| Instagram EMPRESAS RELACIONADAS CON: Lifestyle Viajes Diseño Estética Restauración | Tumblr NEGOCIOS RELACIONADOS CON: Fotografía Diseño Estrategias | algewebs Marketing digital |

¿Cómo escoger una red social para tu empresa?

Estudia cada red social: principales beneficios más alineados con tus objetivos

Conoce a tu persona: Crea un Buyer Persona

Analiza tu Competencia:
Diferenciarse de lo que ya existe

Piensa en la Logística: haz lo que puedas con lo que tienes y donde estés



Contenidos para redes sociales

Las redes sociales. Al final, son fundamentales para la propagación de tu contenido. Pero esto requiere **planificación y consistencia**.

Listas

Noticias

Textos sobre algún asunto de mucho debate en los medios

Fotografías

Infografías

Contenido de tu empresa



Estrategia para redes sociales

- 1. Define tus objetivos
- 2. Escucha
- 3. Define tu Target
- 4. Define tu estrategia y mensaje
- 5. Genera el contenido de tu estrategia
- 6. Define los canales
- 7. Planifica el contenido
- 8. Calcula el presupuesto
- 9. Lanza tu estrategia
- 10. Mide los resultados

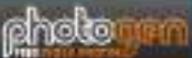
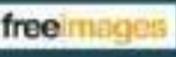


10



Bancos de Imágenes Gratuitas



-  www.freepik.com
-  www.freepixels.com
-  www.photogen.com
-  www.freeimages.com
-  www.openphoto.net
-  www.rgbstock.com
-  www.photobin.com
-  www.stockvault.net
-  www.pixabay.com
-  www.creativecommons.org

CONSEJOS PARA ARRANCAR LA MARCA PERSONAL

... sin morir en el intento...



1 ESCRIBE Y APORTA

Escribe desde tu foco, desde tu perspectiva única. Transmite la esencia de tu trabajo, de tus valores y de tu "expertise" como persona y como profesional. Esto es lo más difícil y lo que realmente importa. Cuando lo consigas, sólo entonces podrás pensar en proponer estrategias.



2 MUÉSTRATE COMO ERES

Somos multidisciplinares y podemos mostrar todo aquello que nos interesa y a nuestra manera. Sin tener que fingir, sin tener que quedar bien. Crear un personaje es el error número uno en marca personal. Ser uno mismo te conecta con las personas que resuenan contigo.



3 REVISAS TU MISIÓN

Si estás atrayendo a personas que no resuenan contigo, revisa tu misión. Reajústala porque es la base en la que sustentará la razón de ser y el aporte que ofreces al problema que se presenta.



4 CREA TUS FASES

Crema tus fases propias incluso en la propuesta de valor que ofreces. Cuando diseñes el camino que va del punto de partida a un objetivo final trocéalo en fases cortas por cada proceso que detectes. Crema tu propio puzzle. Divídele en piezas ese camino.



5 PERSONALIZA

Inspírate en otros, pero no calcques sus estrategias. No estandarices. No lo hagas. Porque no sólo tienes que analizar tu caso particular, sino que además deberás analizar tu situación actual. Experimenta y saca tus propias conclusiones.



6 PONTE EN DUDA

Recoge los consejos que creas te puedan funcionar y no te los creas, los ponas en práctica y los experimentas. Quítalos sólo si te sirven una vez los hayas puesto en práctica, porque es la única manera que tienes de saber lo que beneficia a tu marca.

PSICOLOGÍA del color

Marrón



Emociones

- Tierra
- Naturaleza
- Rústico
- Casero
- Artesanal

Blanco



Emociones

- Limpieza
- Inocencia
- Sencillez
- Santidad
- Nobleza
- Pureza

Morado



Emociones

- Feminismo
- Mujer
- Realidad
- Éxito
- Sobriedad

Negro



Emociones

- Elegancia
- Poder
- Atmósfera
- Muerte
- Valor
- Sobriedad

Amarillo



Emociones

- Optimismo
- Alegria
- Movimiento
- Peligro
- Competitividad

Rojo



Emociones

- Dinamismo
- Agresividad
- Fuerza
- Liderazgo
- Energía

Rosa



Emociones

- Delicadeza
- Romanticismo
- Femenino
- Diversión
- Cuidado

Azul



Emociones

- Confianza
- Tranquilidad
- Seguridad
- Fidelidad
- Efektividad

Verde



Emociones

- Naturaleza
- Ecológico
- Sostenibilidad
- Crecimiento
- Frescura