

# *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?

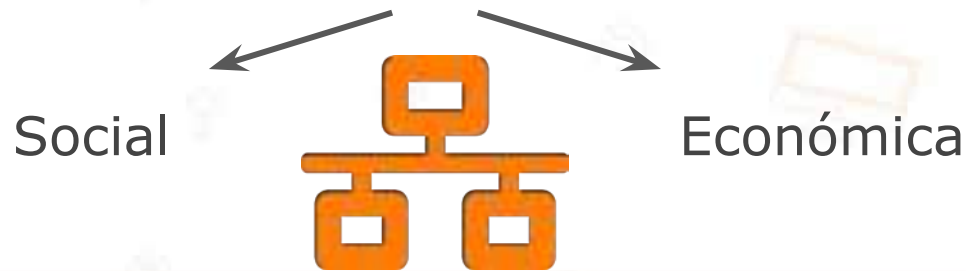
→ Cuantas veces consultaron su celular hoy?

→ 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



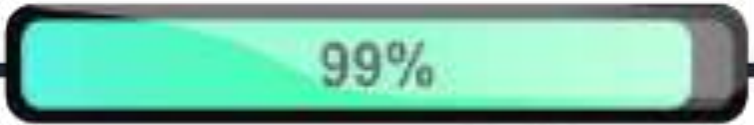




*RRSS sitios web conformados por comunidades de personas que tienen cosas en común.*



*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

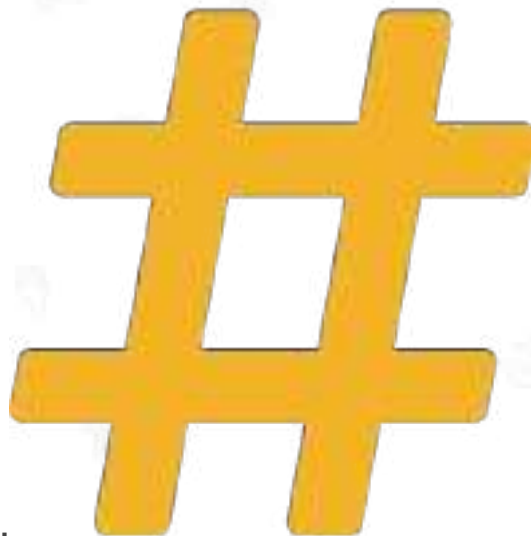
Analizar tendencias

## 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  
Barbetería  
Deporte

**Instagram**  
EMPRESAS RELACIONADAS CON:  
Lifestyle  
Viajes  
Diseño  
Estética  
Restauración

**Tumblr**  
NEGOCIOS RELACIONADOS CON:  
Fotografía  
Diseño  
Estrategias

**algewebs**  
soluciones digitales

# ¿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](http://www.freepik.com)
-  [www.freepixels.com](http://www.freepixels.com)
-  [www.photogen.com](http://www.photogen.com)
-  [www.freeimages.com](http://www.freeimages.com)
-  [www.openphoto.net](http://www.openphoto.net)
-  [www.rgbstock.com](http://www.rgbstock.com)
-  [www.photobin.com](http://www.photobin.com)
-  [www.stockvault.net](http://www.stockvault.net)
-  [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)
-  [www.creativecommons.org](http://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

Creá 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. Crea 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
- Efectividad

## Verde



### Emociones

- Naturaleza
- Ecológico
- Sostenibilidad
- Crecimiento
- Frescura