

Lección: Gestión de Redes sociales

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

Objetivos de aprendizaje

- Comprender la importancia de las redes sociales en la era digital actual y cómo pueden beneficiar a empresas de todos los tamaños.
- Identificar las diferentes plataformas de medios sociales disponibles, sus características únicas y cómo pueden aprovecharse para promocionar un negocio.
- Desarrollar una estrategia de redes sociales que se ajuste a las metas y objetivos de la empresa.
- Creación de contenidos atractivos y pertinentes para las plataformas de medios sociales
- Medir el éxito de los esfuerzos en los medios sociales mediante análisis y otras herramientas.

Contenido

- ¿Por qué son importantes las Redes sociales?
- Elegir las plataformas de medios sociales adecuadas
- Crear una estrategia de medios sociales
- Consejos para la creación de contenidos
- Análisis y medición

Antes de empezar...



1. ¿Utilizas activamente las redes sociales? En caso afirmativo, ¿cuáles y con qué frecuencia?
2. ¿Te relacionas activamente con marcas o empresas en las redes sociales?
3. ¿Puedes identificar algún modo en que las redes sociales hayan influido en tus percepciones, comportamientos o actitudes hacia una marca determinada?

¡Empecemos!



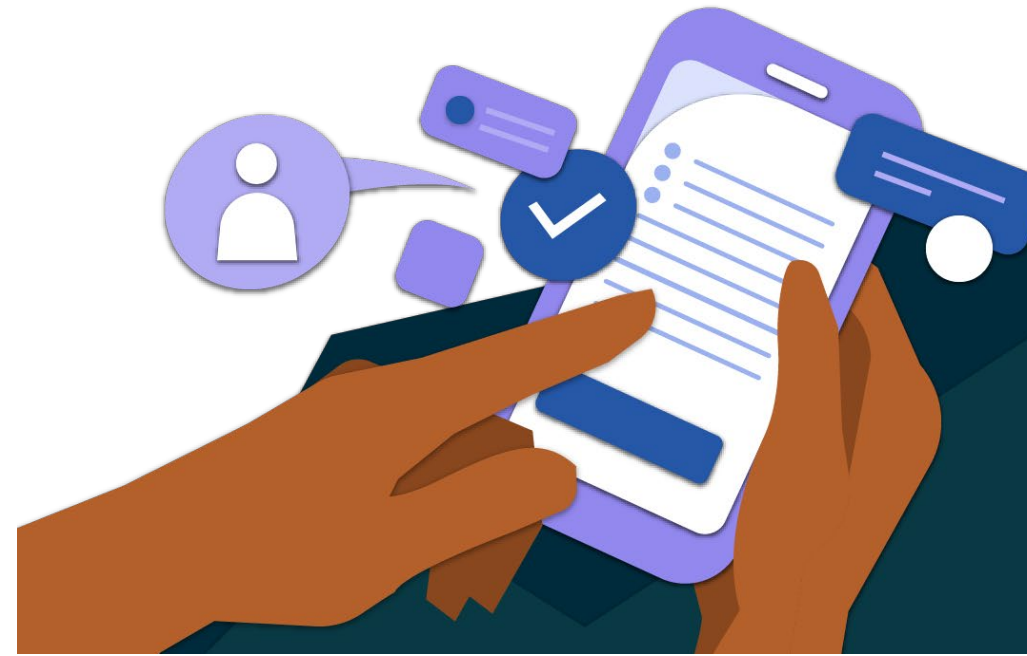
¿Por qué son importantes las redes sociales?

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

En primer lugar...

Los medios sociales son plataformas y tecnologías en línea que permiten a los usuarios crear, compartir e interactuar con contenidos, información e ideas. Permiten a particulares y empresas conectarse y relacionarse con un público más amplio, independientemente de las fronteras geográficas.



Beneficios de las redes sociales para los empresarios:

- Marketing y publicidad de bajo coste.
- Mayor visibilidad y alcance.

Beneficios de las redes sociales para los empresarios:

- Mejora del compromiso y las opiniones de los clientes.
- Acceso a una base mundial de clientes.



En conclusión...

Aprovechar el poder de las redes sociales no sólo es ventajoso, sino esencial para los empresarios.

Elegir la red social correcta

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



Punto de partida

- Cada red social tiene sus propias características y características demográficas.
- Ten en cuenta tu **público objetivo** y tus **objetivos empresariales** para determinar las plataformas más adecuadas.

Destinatarios



- Analizar la demografía
- ¿Qué redes sociales son populares entre tu público objetivo?

Objetivos empresariales

- Identifica tus principales objetivos empresariales
- Determina qué red social se ajusta mejor a tus objetivos

Evalúa las características de la plataforma

- Examina las características y funcionalidades exclusivas que ofrece cada plataforma.
- Por ejemplo, si tu empresa se basa en gran medida en contenidos visuales, plataformas como Instagram o YouTube pueden ser más adecuadas.

CONSEJO

Céntrate en unas pocas plataformas:

No es necesario estar presente en todas las redes sociales.

Redes sociales más utilizadas por las empresas

Plataforma de medios sociales	Características
Facebook	<ul style="list-style-type: none">- Amplia base de usuarios con diversos grupos demográficos sobretodo mayores de 40 años.- Sólidas opciones publicitarias- Páginas para empresas y organizaciones- Grupos de comunidades- Retransmisión de vídeo en directo- Análisis detallados
Instagram	<ul style="list-style-type: none">- Público más joven entre 18 y 34 años- Plataforma visual para compartir fotos y vídeos- Alto compromiso y narración visual- Instagram Stories y Reels para contenidos creativos- Instagram Shopping para el comercio electrónico- Colaboraciones con influencers- Hashtags y página Explorar para facilitar el descubrimiento

Red Social	Características
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> - Entre 25 y 44 años - Plataforma de microblogging en tiempo real - Actualizaciones inmediatas y noticias compartidas - Hashtags y trending topics - Mensajes directos de atención al cliente - Colaboración con personas influyentes del sector y líderes de opinión - Twitter Ads para publicidad dirigida
LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma de redes profesionales - Compartir contenidos orientados a la empresa - Páginas y perfiles de empresa para presencia de marca - Ofertas de empleo y funciones de contratación - Oportunidades para establecer contactos B2B - LinkedIn Ads para publicidad dirigida

Red Social	Características
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma para compartir vídeos - Gran alcance y compromiso con los contenidos de vídeo - Canales de YouTube para empresas - Anuncios de vídeo y opciones de monetización - Tutoriales, demostraciones de productos y contenidos educativos - Análisis de YouTube para el seguimiento del rendimiento
Pinterest	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma de inspiración y descubrimiento visual - Pins para guardar y organizar contenidos - Tableros para colecciones temáticas - Búsqueda visual - Cuentas de empresa con rich pins y buyable pins - Pinterest Ads para publicidad visual

Cómo crear una estrategia para las redes sociales

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

Define primero tus metas y objetivos

EJEMPLOS

- Aumentar la notoriedad de la marca
- Impulsar el tráfico del sitio web
- Generar clientes potenciales o ventas



Identifica a tu público objetivo y adapta tus contenidos en consecuencia.

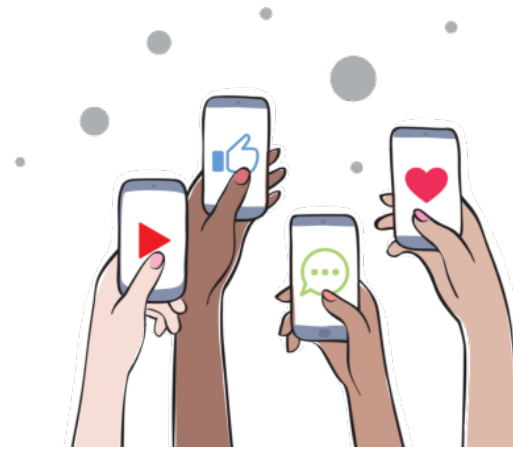
- Datos demográficos, intereses y comportamiento en línea de la audiencia.
- Crear el contenido en función de esa información

Desarrollar una estrategia de contenidos

- Calendario de publicación coherente
- Puedes utilizar gráficos para crear tu propio plan de publicación en cada red social:

Día de la semana	Red 1	Red 2	Red 3
Lunes	Contenido A	Contenido B	Contenido C
Martes	Contenido D	Contenido E	Contenido F
Miércoles	Contenido G	Contenido H	Contenido I
Jueves	Contenido J	Contenido K	Contenido L
Viernes	Contenido M	Contenido N	Contenido O

- Contenidos atractivos y pertinentes



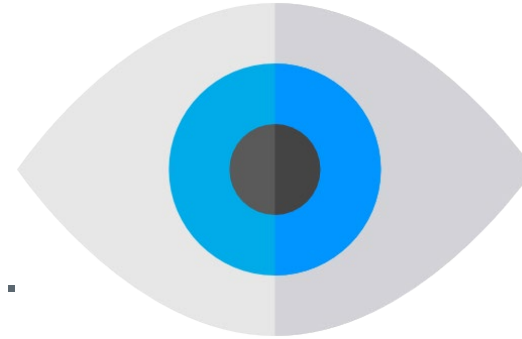
- Mezcla de mensajes promocionales e informativos

Consejos para la creación de contenidos

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

Contenido visual



- Utiliza imágenes y vídeos de alta calidad.
- Incorpora elementos de marca a sus imágenes.

Tipos de contenidos visuales que puedes publicar:

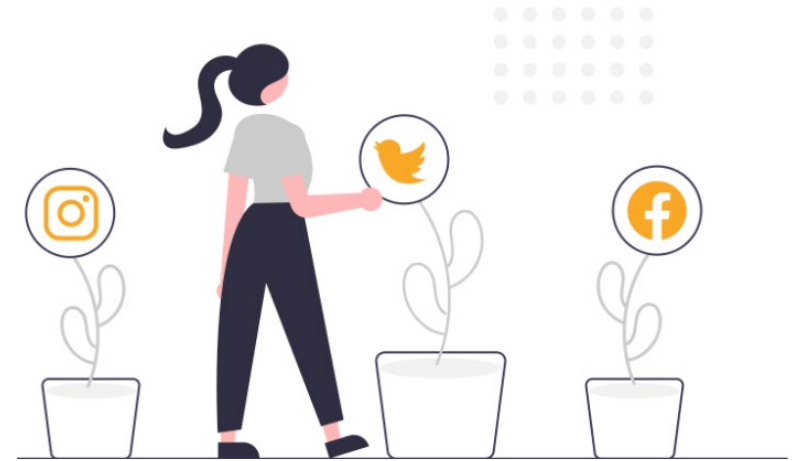
Imágenes-Vídeos-Gráficos-GIFs-Memes-Capturas de pantalla-Infografías

Cuentacuentos

- Utilizar técnicas **narrativas** para crear relatos convincentes.
- Comparta historias auténticas que destaquen los valores, la misión y el impacto de su marca.

CONSEJO

Escribe textos cortos. Menos es más.



CGU (Contenido Generado por Usuarios)

- Fomente los **contenidos generados por los usuarios** e interactúe con su audiencia.
- Comparta y vuelva a publicar los contenidos creados por los usuarios para mostrar su agradecimiento y reforzar el vínculo con su comunidad.



Hashtags



- Aproveche **los hashtags** para aumentar la visibilidad.
- Crea hashtags con tu marca para fomentar la participación de los usuarios y seguir la conversación en torno a tu marca.

CONSEJO

Escríbelos en minúsculas

#entrepreneurship #entrepreneurialmind #newproject

Análisis y Medición

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



Utilizar herramientas analíticas

Haz un seguimiento de tu rendimiento en las redes sociales utilizando **las herramientas de análisis que ofrecen** las plataformas.

- Perspectivas
- Rendimiento de los contenidos
- Compromiso

Supervisar las métricas clave

- Seguidores
- Alcance e impresiones
- Interacciones
- Índices de clics



Perspectivas

Utilice los **datos** para optimizar tu estrategia en las redes sociales.

- Identificar contenidos de alto rendimiento
- Replicar el éxito
- Experimentar e iterar
- Optimizar los tiempos de publicación

Otras herramientas de análisis

- Google Analytics
- Hootsuite
- Sprout Social
- Buffer

