

REDES SOCIALES

RRSS



Americanino

@americanino_cl



Follow

Mejor prenda en caso de emergencia: Jeans
Skinny para ellos, High para ellas!

#FuerzaNorteChile #FuerzaArica
#Fuerzalquique

 View translation

 Reply  Retweet  Favorite  More

RETWEETS

76

FAVORITES

18



10:36 PM - 1 Apr 2014

TENER UNA ESTRATEGIA

REQUISITOS GENERALES

APRENDER A USAR LAS REDES

CONOCER A LOS USUARIOS

ESCUCHAR LO QUE SE DICE DE LA MARCA

SER TRANSPARENTE

ACTITUD PROFESIONAL

INVOLUCRAR A TODO EL EQUIPO

APRENDER A USAR LAS REDES

SE DEBEN TENER EN CUENTA LAS POTENCIALIDADES Y BENEFICIOS DE CADA UNA DE LAS REDES SOCIALES EXISTENTES EN FUNCIÓN DE LO QUE SE REQUIERE.
NO TODAS LAS RRSS SIRVEN PARA TODAS LAS MARCAS.

CONOCER A LOS USUARIOS

SE DEBEN IDENTIFICAR LOS HÁBITOS DEL PÚBLICO OBJETIVO. UN BUEN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA ES CLAVE EN ESTE PROCESO.

ESCUCHAR LO QUE SE DICE DE LA MARCA

MEDIANTE UNA ANÁLISIS DE PRESENCIA ONLINE DE LA MARCA ES POSIBLE DETERMINAR QUE SENTIMIENTOS EVOCA EN EL PÚBLICO LA MARCA O TEMÁTICA A TRATAR.

SER TRANSPARENTE

LOS USUARIOS VALORAN LA SINCERIDAD Y ESPERAN INFORMACIÓN REAL Y DETALLADA, POR LO QUE LA EMPRESA DEBE ESTAR DISPUESTA A COMPARTIR SU INFORMACIÓN, CONOCIMIENTOS Y OPINIONES EN ESTE MEDIO.

ACTITUD PROFESIONAL

SI BIEN NO EXISTE LA PREFSIÓN DEL “COMMUNITY MANAGER” PROPIAMENTE TAL, DEBEMOS “SER PROFESIONALES” A LA HORA DE TOMARNOS EN SERIO EL ROL DE COMUNICADORES EN REDES SOCIALES.

INVOLUCRAR A TODO EL EQUIPO

TODA LA EMPRESA DEBE ESTAR AL TANTO DE LA ESTRATEGIA PARA PODER SACARLE PROVECHO. SI ES POSIBLE, LOS PROFESIONALES PUEDEN COORDINAR TÉCNICAS DE PERSONAL BRANDING JUNTO A LA EMPRESA.

REQUISITOS GENERALES

APRENDER A USAR LAS REDES

CONOCER A LOS USUARIOS

ESCUCHAR LO QUE SE DICE DE LA MARCA

SER TRANSPARENTE

ACTITUD PROFESIONAL

INVOLUCRAR A TODO EL EQUIPO

REQUISITOS GENERALES

APRENDER A USAR LAS REDES

CONOCER A LOS USUARIOS

ESCUCHAR LO QUE SE DICE DE LA MARCA

APRENDER A USAR LAS REDES SOCIALES

**¿QUÉ REDES
SOCIALES UTILIZAS?**

FACEBOOK

VENTAJA: REÚNE A CONTACTOS Y AMIGOS PERSONALES EN UNA PLATAFORMA CON MÚLTIPLES FUNCIONALIDADES.

DESVENTAJA: ESTÁ MUY SATURADA CON MARCAS, PUBLICIDAD Y ENLACES ENGAÑOSOS.

TWITTER

VENTAJA: ES UNA FUENTE DE NOTICIAS INSTANTÁNEAS.

DESVENTAJA: MUESTRA MUCHA INFORMACIÓN A UNA GRAN VELOCIDAD.

INSTAGRAM

VENTAJA: ES FÁCIL NAVEGAR POR LOS CONTENIDOS SIN ENLACES Y POCO TEXTO.

DESVENTAJA: NO HAY MUCHAS POSIBILIDADES DE INTERACTUAR CON LOS USUARIOS.

PINTEREST

**VENTAJA: ES UN BUEN ESPACIO PARA ENCONTRAR Y
COMPARTIR IDEAS.**

DESVENTAJA: NO HAY MUCHAS POSIBILIDADES DE INTERACCIÓN.

GOOGLE+

VENTAJA: TIENES MUCHAS FUNCIONALIDADES EXTRA, COMO LOS CÍRCULOS Y HANG OUTS.

DESVENTAJA: NO TIENE MUCHOS USUARIOS Y HAY RUMORES DE QUE DESAPARECERÁ.

LINKEDIN

VENTAJA: ES UNA RED CON UN ENFOQUE PROFESIONAL CLARO.

DESVENTAJA: MUCHAS FUNCIONES ESTÁN LIMITADAS A LA VERSIÓN DE PAGO.

CONOCER A LOS USUARIOS

ENTIENDE QUIÉN ERES

¿QUÉ ES LO QUE OFRECES? LA IDEA ES ENTENDER CÚAL ES TU IMAGEN ACTUAL Y QUÉ PUEDES APORTAR CUANDO ENTRAS EN UNA CONVERSACIÓN EN REDES.

IDENTIFICA TUS AUDIENCIAS

¿CUÁL SERÍA TU SEGUIDOR IDEAL? INVESTIGA QUÉ COSAS LES GUSTA, CUÁLES SON SUS HÁBITOS, QUÉ SITIOS VISITAN, ETC.

CONTENIDO A LA MEDIDA

DEBES DEFINIR QUÉ ES LO QUE VAS A COMPARTIR Y CÓMO LO HARÁS, MANTENIENDO UNA COHERENCIA Y ADECUÁNDOTE A LAS NECESIDADES DE TU AUDIENCIA, YA QUE ESTAS DEFINIRÁN QUÉ FORMATOS Y ACTIVIDADES RESULTAN MÁS EFECTIVAS PARA LOGRAR UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA.

ESCUCHA A TUS SEGUIDORES

PONTE EN LOS ZAPATOS DE TUS SEGUIDORES. PIENSA EN EL VOCABULARIO QUE USAN Y LAS NECESIDADES QUE GENERAN SUS INTERESES.

ESCUCHAR LO QUE SE DICE DE LA MARCA

¿QUÉ ESPERAN LOS USUARIOS?

LOS CONSUMIDORES ACTUALES RECHAZAN EL CONTENIDO INTERESADO Y LA PUBLICIDAD DIRECTA, ESPECIALMENTE EN UN ESPACIO DONDE ELLOS COMPARTEN SU INFORMACIÓN PERSONAL.

TRANSPARENCIA:
QUIEREN SABER LO QUE OCURRE EN LA COMPAÑÍA Y CÓMO REALIZA
SU TRABAJO.

INTERACTIVIDAD:
QUIEREN HABLAR DIRECTAMENTE CON LA EMPRESA Y EXPRESAR
SUS OPINIONES LIBREMENTE.

RAPIDEZ:
BUSCAN RESPUESTAS INMEDIATAS, OPORTUNAS Y
PERSONALIZADAS.

CERCANÍA:

QUIEREN CREAR UNA RELACIÓN PRÓXIMA EN LA QUE LA COMUNICACIÓN SE ESTABLEZCA ENTRE IGUALES.

COMPARTIR:
QUIEREN COMPARTIR SUS PROPIAS EXPERIENCIAS Y SABER QUÉ
OPINAN OTROS SOBRE LA MARCA.

BENEFICIOS:

ACCEDEN A RECIBIR PUBLICIDAD A CAMBIO DE BENEFICIOS COMO DESCUENTOS, INFORMACIÓN DE CALIDAD O UN BUEN SERVICIO AL CLIENTE.

**MANOS
A LA
OBRA!**

GRACIAS

**MÁS EN
WWW.NICOLASESPINOZA.CL**