

Cómo crear una estrategia de éxito en redes sociales. Escoger las plataformas claves y saber cómo gestionar el día a día.



- Colaborador en Iizando Services
- Graduado en administración y dirección de empresas, posgrado en Growth Hacking
- Estrategia digital
- Gestión de proyectos SEO, Google y Facebook Ads

¿Qué vamos a ver hoy?

- Motivos por los que debemos estar en redes sociales
- Cómo operar en redes sociales de manera efectiva
- Facebook Instagram
- Cómo darnos impulsos extra



¿Por qué redes sociales?

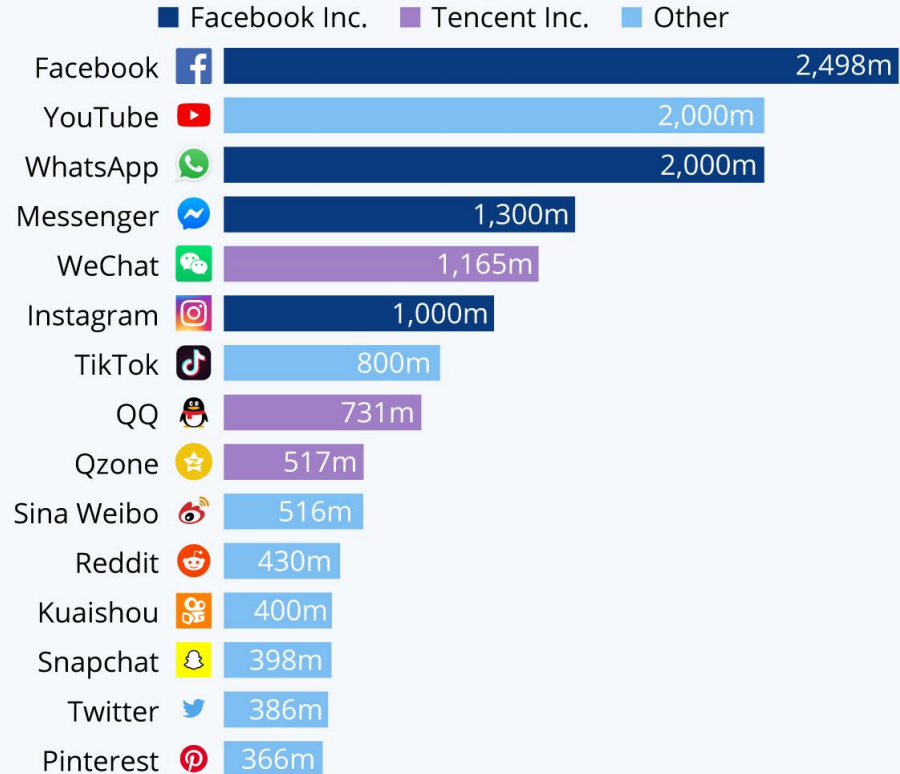


Economía de la **atención**

Abril 2020

Facebook Dominates the Social Media Landscape

Monthly active users of selected social networks and messaging services*



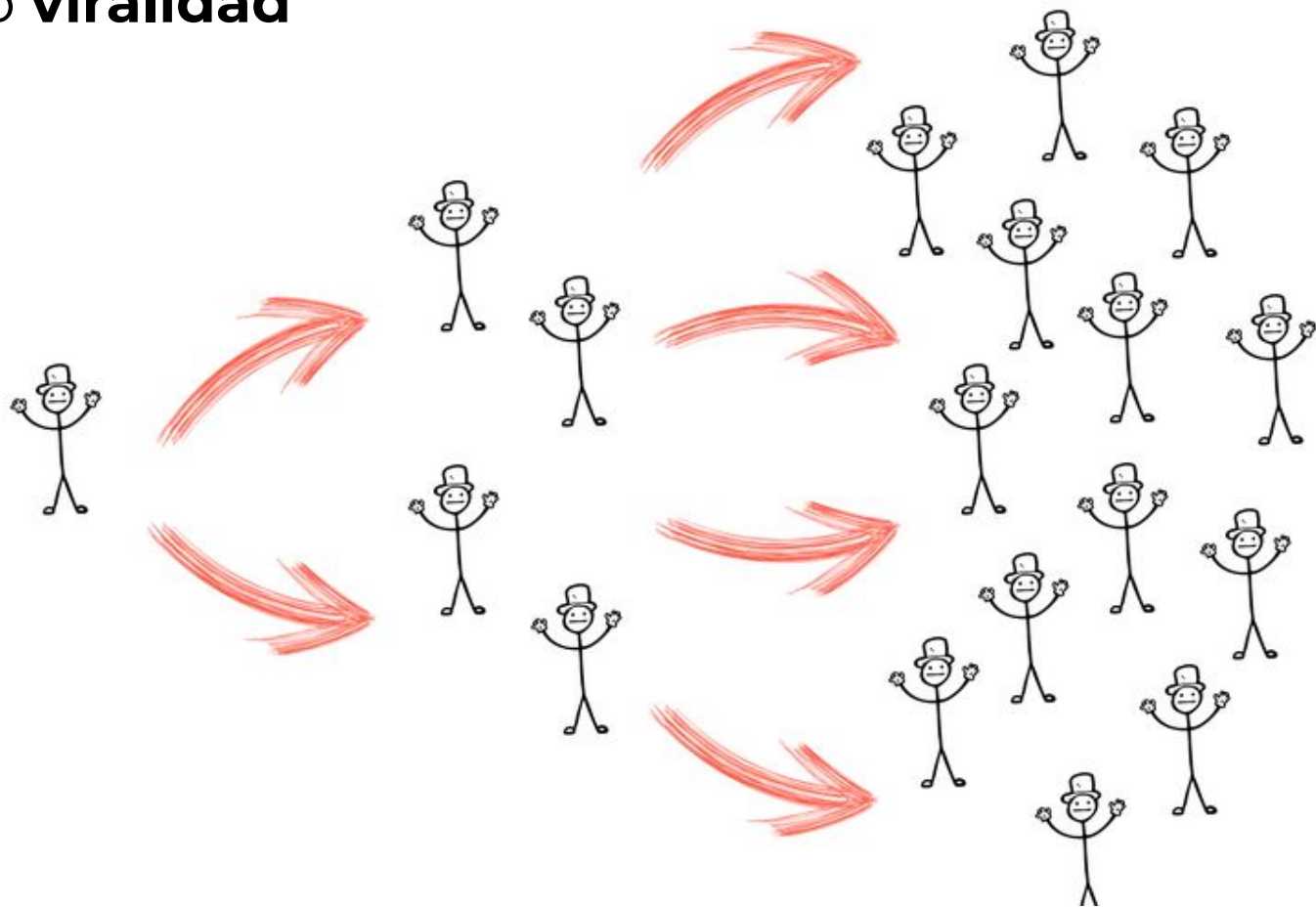
¿Esto qué significa?

Puedes llegar a **más del 25% de la población mundial**

Humanizamos nuestra marca



Efecto **viralidad**



Reciprocidad



A close-up, shallow depth-of-field photograph of a person's hands typing on a silver laptop keyboard. The person is wearing a grey, textured sweater. The background is heavily blurred, showing another person's hands and a computer monitor in an office environment. The text 'Más tráfico web' is overlaid on the left side of the image.

Más **tráfico web**

¿Cuáles son las reglas del juego en redes sociales?

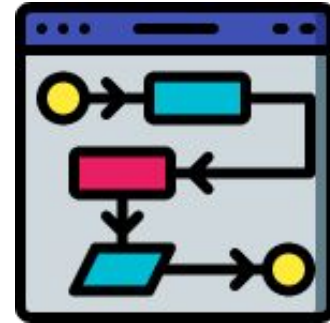
- Se trata de un proceso a largo plazo (incluso más que el SEO)
- Tenemos que centrarnos en construir comunidades
- Nos establecemos como líderes del sector
- Debemos aportar valor, valor y más valor
- Nunca intentamos vender de primeras

Y quizás la más importante...

Tenemos una doble labor. Enamorar a:



Usuario

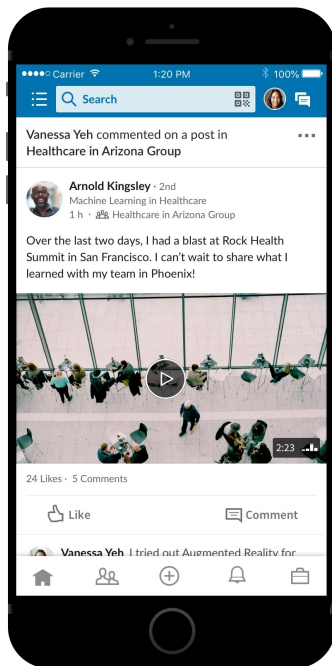
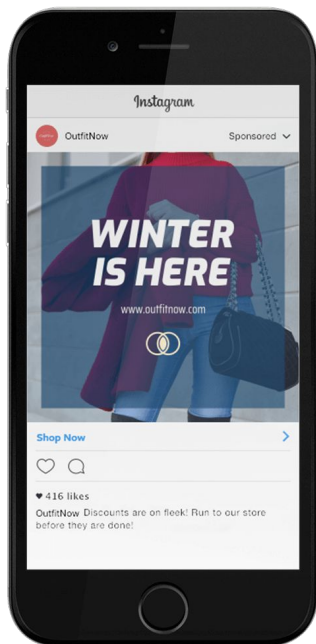


Algoritmo

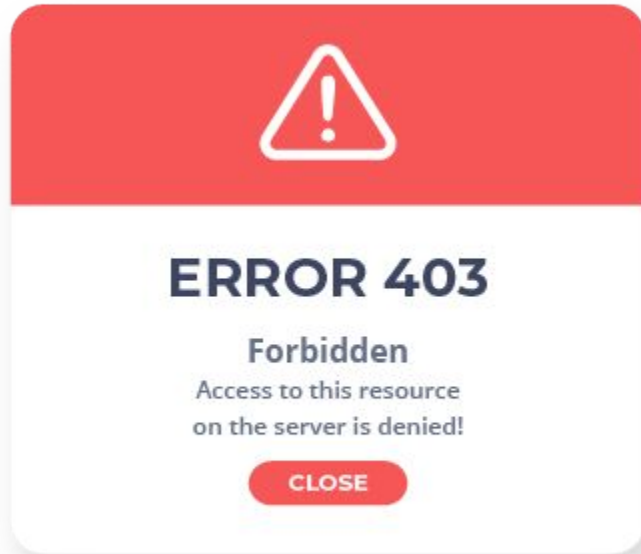
Estrategias generales



1. Crear contenido nativo a cada plataforma



2. ¿Debo estar en todas las redes sociales?



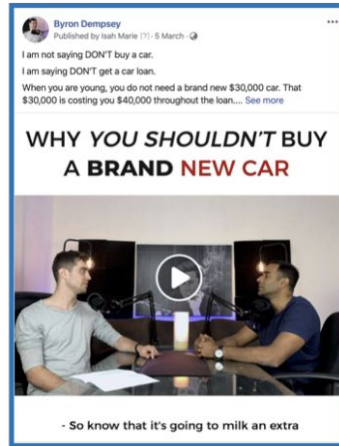
¡No! **En aquellas en las que mi usuario o público objetivo tenga puesta la atención.**

De modo contrario estaré **perdiendo el tiempo** (cada red social requiere de mucha dedicación)

¡**Estudia** a tu público primero, decide después!

3. Puedes aprovechar el mismo contenido


facebook.



Byron Dempsey
Published by Leah Marie · 5 March · 🌐

I am not saying DON'T buy a car.
I am saying DON'T get a car loan.
When you are young, you do not need a brand new \$30,000 car. That \$30,000 is costing you \$40,000 throughout the loan.... See more

WHY YOU SHOULDN'T BUY A BRAND NEW CAR



- So know that it's going to milk an extra

Instagram



drivenyoungpodcast

HOW TO **SAVE MONEY** AS A **MILLENNIAL** IN SYDNEY



- There's multiple ways, and one,

👍❤️🗨️🔖

Liked by al04 and others
drivenyoungpodcast Avocado toast tho...
sammisomewhere 🍌🍌🍌



DRIVEN *Young*

HOW TO **SAVE MONEY** AS A **MILLENNIAL** IN SYDNEY



we're paid by an employer.

🎧📺📻🎧

Driven Young Podcast

LinkedIn



Byron Dempsey
Social Media Video | Video for Podcasters | Podcaster | Driven Young | Educat...
(Sms - Edited - 🌐)

The hardest part of running my business is the loneliness. I am sure most people in business can relate to this. ...see more

THE **SAD TRUTH** ABOUT BEING AN **ENTREPRENEUR**



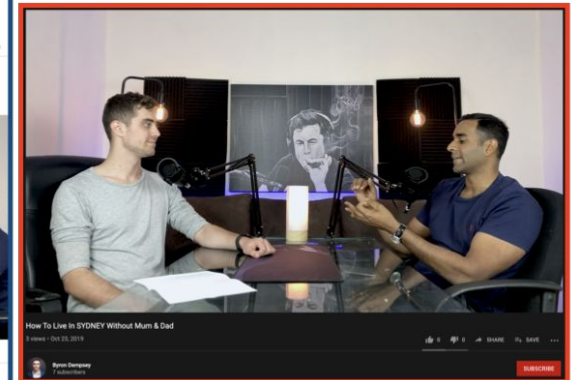
- And no accountability.

👍❤️🗨️🔖

43 · 28 Comments · 1,638 Views

👍🗨️🔖

YouTube



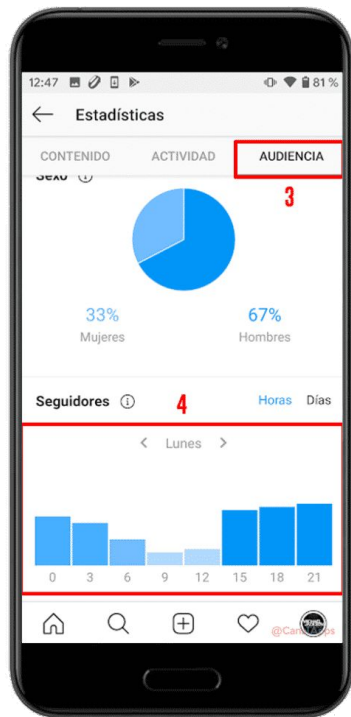
How To Live in SYDNEY Without Mum & Dad

Views · Oct 23, 2019

Byron Dempsey
7 subscribers

SUBSCRIBE

4. Adáptate a las horas de actividad de TU usuario



Cada página/perfil de redes sociales tendrá sus horas distintas

Es algo **único para cada empresa** y sector

Distinto en distintas plataformas

Escoge día y hora en base a eso (y no a cuando a ti te vaya mejor)

5. Crea comunidades



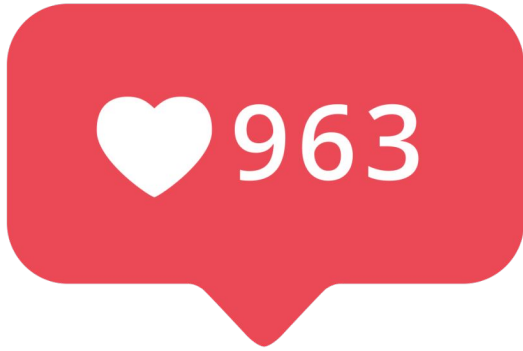
Por ejemplo: **para usuarios que ya te han comprado** (mayor incentivo)

Aportamos contenido **exclusivo**

Permitimos que gente se conozca

Nos establecemos como “**líderes de la tribu**”

6. Entiende al algoritmo



Los **primeros 30 minutos** son CLAVE

Lo que necesitas es siempre **engagement** (debemos fomentarlo)

Por ejemplo, incluye preguntas en todos tus post

7. Antes de publicar... hazte la pregunta

Si yo fuera el usuario delante de la pantalla, **¿compartiría este contenido?**

Si la respuesta es no... dale otra vuelta al post.



8. El número de seguidores, ¿importa?

Per se, **es una métrica de vanidad.**



Lo más importante es el engagement y lo activos que sean (esta métrica sí **puede llegar a penalizarte** si es baja)

No obstante, al arrancar, un mínimo para **efecto “prueba social”** puede ser interesante.

9. ¿Con qué frecuencia publico?

Más puede ser mejor ya que...

Pero, ¿**es más siempre mejor**?

Si vas a publicar mucho de lo que a la gente sí le gusta, ¡publica lo máximo que puedas!



10. Crea un calendario de contenidos



Con **fechas clave** (Black Friday, Navidad, etc.)

Para tener una **estrategia clara** y evitar que en el último momento te falte algún recurso

De este modo te obligarás a **cumplir**

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	
1		FECHAS CLAVE				OBJETIVOS															
2		Día 6: Reyes Magos				Facebook: + 350 fans															
3		Día 7: Inicio Rebajas				Twitter: + 50 followers															
4		Día 14: Novedad producto				Instagram: + 100 seguidores															
5		Día 19: Novedad producto				Newsletter: + 120 suscriptores															
6		Día 24: Concurso																			
7																					
8																					
9		Fecha de Publicación	Objetivo	Plataforma				Tipo de mensaje	Contenido de mensaje					Copy mensajae/status	Material necesario	URL de mensaje					
				Blog	Facebook	Twitter	Instagram		Texto	Enlace	Foto	Video	Tags								
10	Lunes	2/1/17	Ventas			x		Promocional	x			x			¡Feliz año nuevo!	#FelizAñoNuevo	http://www.empresa.com	http://www.empresa.com	http://www.empresa.com		
11	Martes	3/1/17	Leads		x		x	Concurso	x	x	x			#concursoenero	Comenzamos el año con un concurso especial para nuestros fans	#FelizAñoNuevo	http://www.empresa.com	http://www.empresa.com	http://www.empresa.com		
12	Miércoles	4/1/17	Branding	x				Corporativo													
13	Jueves	5/1/17	Leads		x	x	x	Concurso	x	x	x		x				Imágenes sorteo y landing web	http://www.empresa.com	http://www.empresa.com	http://www.empresa.com	
14	Viernes	6/1/17	Branding		x	x		Corporativo						#felicesreyes			Imagen Reyes				
15	Sábado	7/1/17	Ventas		x	x	x	Promocional			x			#rebajas	¿Has sido bueno? ¿Los Reyes Magos te han traído todo lo que pedías? ¡Cuéntanoslo y participa en el sorteo!	Banners y landing	http://www.empresa.com	http://www.empresa.com	http://www.empresa.com		
16	Domingo	8/1/17	Branding					Corporativo		x							Infografía empresa				

11. Usa herramientas para programar publicaciones



Aunque... **perderás engagement**



10. Analiza resultados, y adapta tu estrategia



¿Qué tipo de contenido está funcionando mejor?

Crea más de lo que funciona, menos de lo que no.

¡Por más que no sea lo que tu pensabas!

Instagram



Más sobre el algoritmo

Tanto en publicaciones en el feed como en stories, la publicación inicialmente se muestra a un 9-15% de nuestra audiencia (SAMPLING).

En base a eso el algoritmo decide si enseñar a más o menos gente durante una hora.

Si pasados esos 60 minutos tenemos un buen ranking (comparado con otros post del mismo tipo), el algoritmo decide enseñarte a más gente.

Si tienes suficiente engagement, te extiende al 50% de tus followers.

Es decir, **no llegaremos a la totalidad de nuestros seguidores a menos que nuestra publicación sea muy buena.**

¿Cómo puntúa Instagram?

Tras publicar

1. Puntos que te otorga tu comportamiento

- ¿Publicas de manera frecuente?
- ¿Participas en los post de tus followers? (muy importante)
- ¿Tus seguidores participan contigo?

2. Puntos que te otorga tu post

- Engagement
- Tiempo del usuario mirando tu post
- ¿El usuario comparte el post por MD?

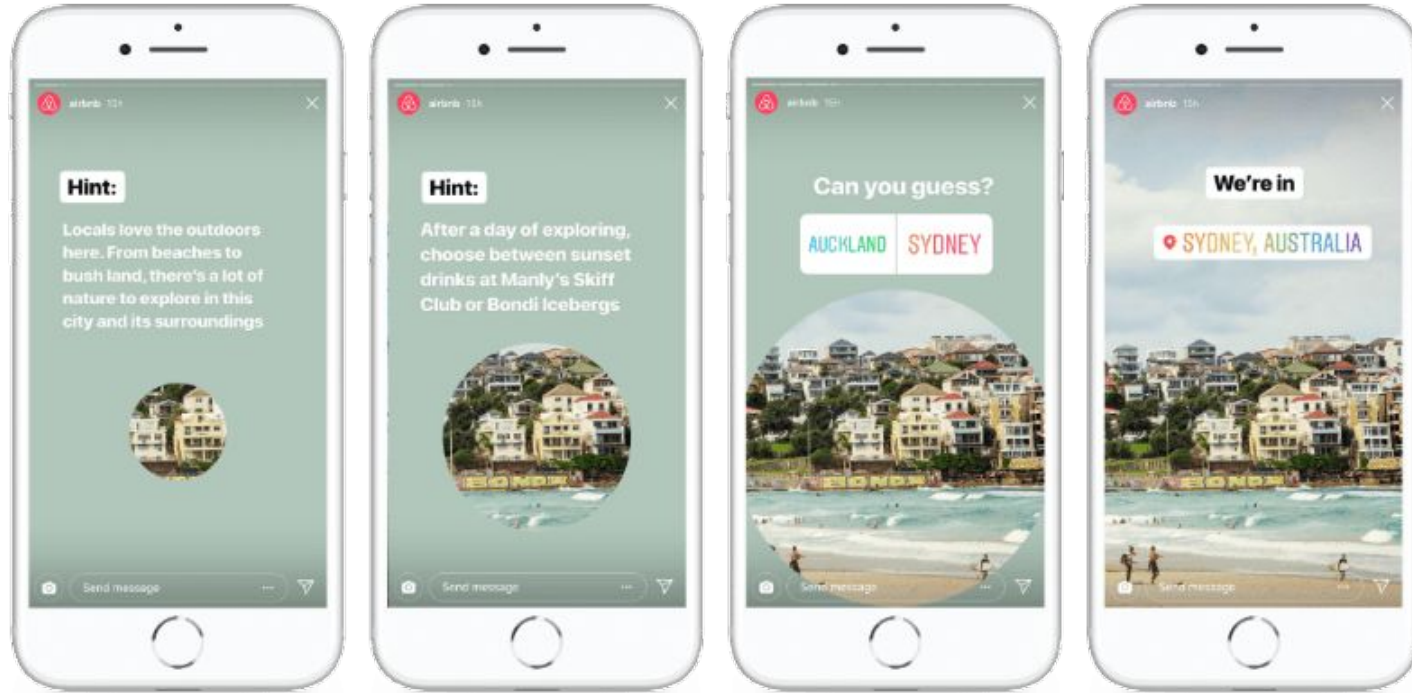
3. Otros factores

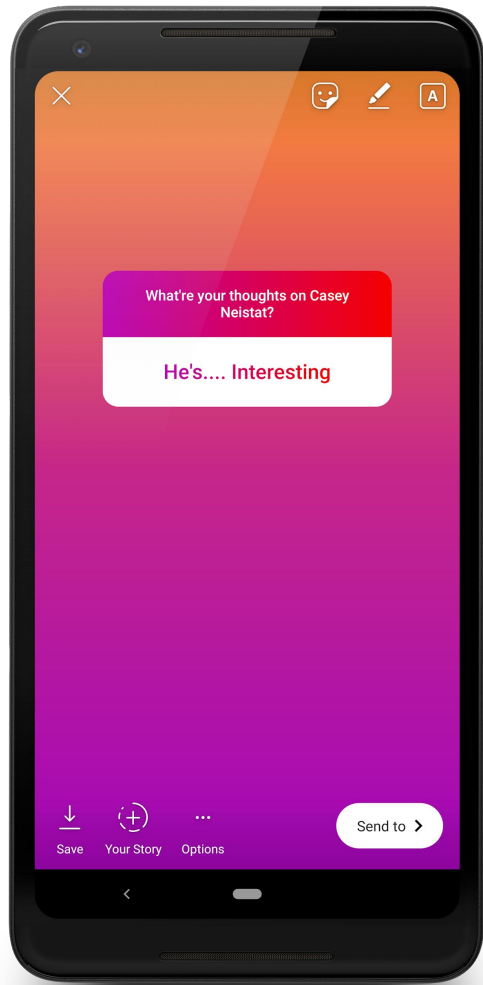
- Si tus followers visitan tu perfil
- Realizar reediciones de post antiguos (cambiar hashtag y textos)

¡No todo son foto en tu perfil!



Use Instagram **stories**





¿Cómo?

Muestra el día a día de tu empresa (“behind the scenes”)

Haz encuestas (respuesta A o B)

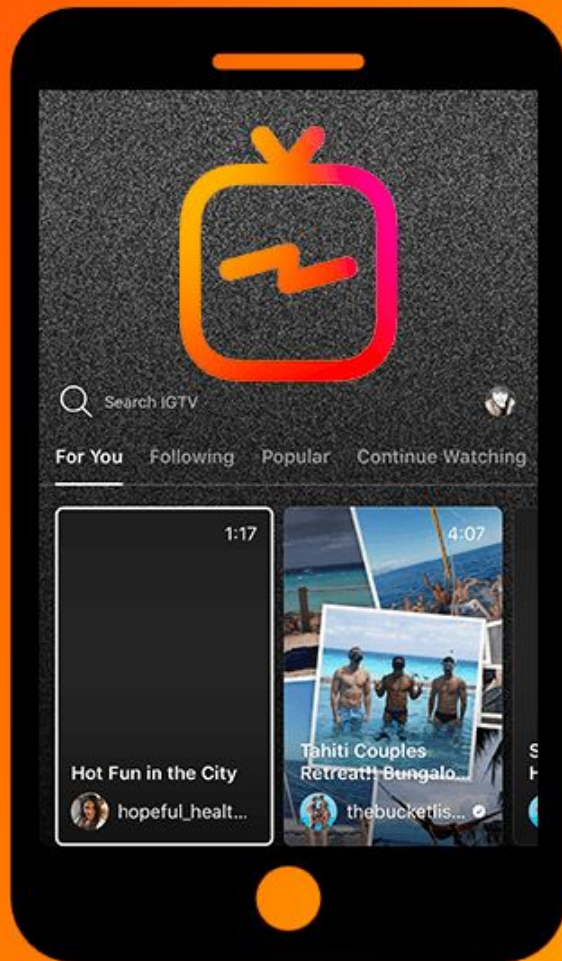
Ronda de preguntas

¡Juega con tu audiencia!

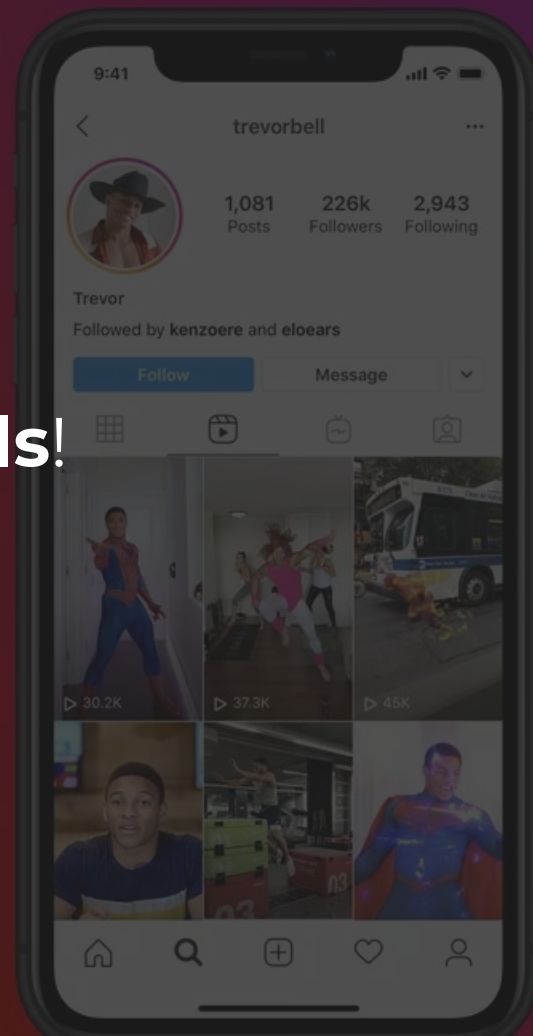
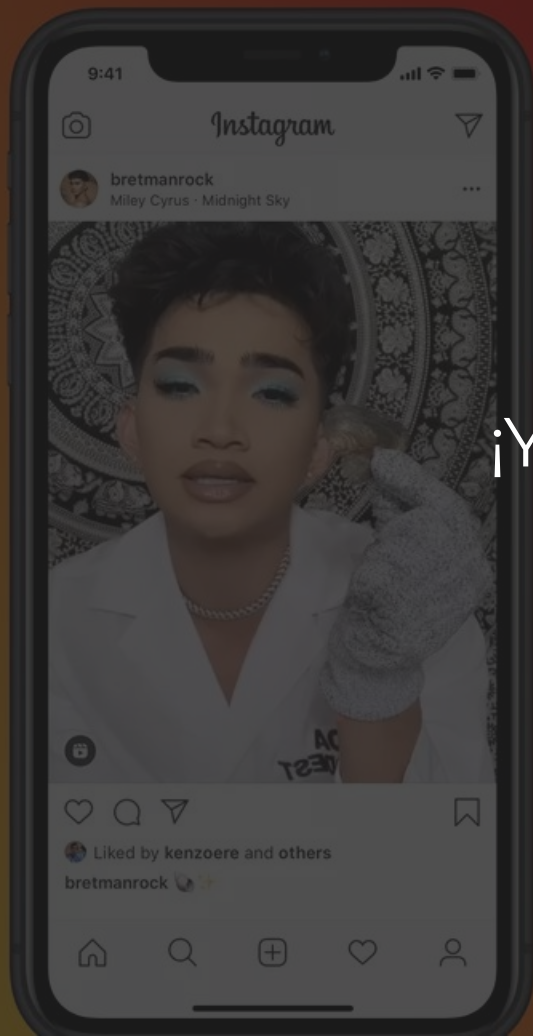
Haz **directos**



Combina con **IGTV**



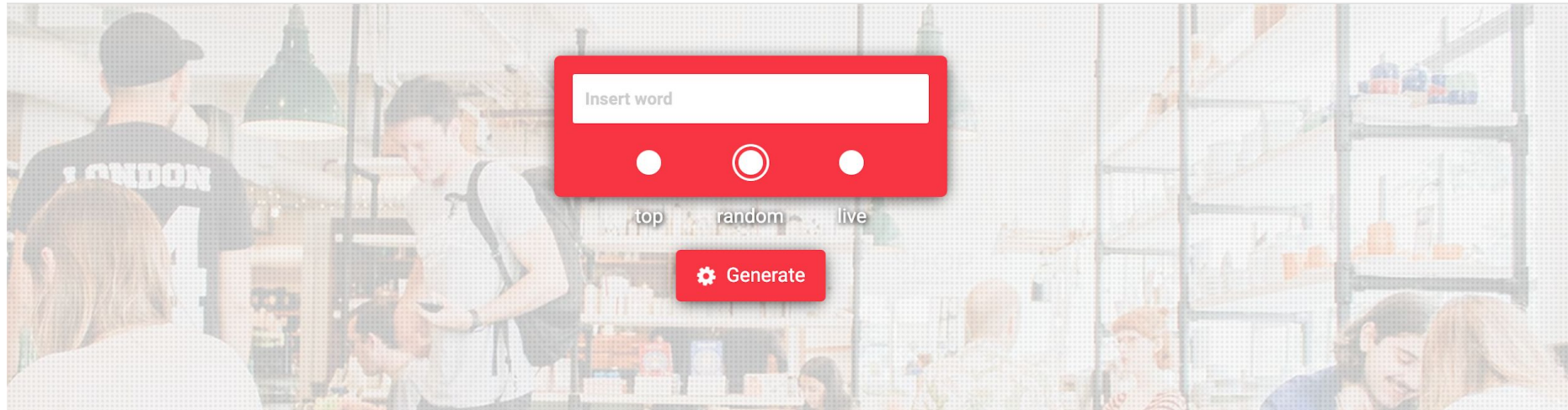
¡Y ahora también **reels!**



¡Usa **hashtags!**



[HOME](#) [ABOUT](#) [GENERATOR](#) [CREATOR](#) [ANALYTICS](#) [CHARTS](#) [CONTACT](#)



Máximo de 30. Combina palabras clave largas y cortas.

Pasa tiempo en la plataforma



Una de las métricas que Instagram más tiene en cuenta es el tiempo que estás en la plataforma.

Entre cada día lo máximo posible.

Interactúa con otros perfiles: likes a fotos, comenta, responde mensajes directos, inicia conversaciones.

¡Conviértete en usuario activo! No únicamente publiques.

Categoriza tu contenido

Crea de 3 a 5 tipologías de contenido a publicar, y ves rotando entre ellas.

Las más habituales son:

- Publicaciones que **inspiran**
- Publicaciones que **educan**
- Publicaciones que **entretienen**

Más ideas:

- Explica una historia
- Haz preguntas
- Crea listados
- Responde preguntas frecuentes en formato video
- ¡Usa mucho el video!

Siempre añadimos un llamado a la acción pero...



¡No hagas que el usuario tenga que modificar su comportamiento habitual en la plataforma!

Buenos ejemplos:

- Dale like
- Etiqueta a tus amigos
- Comparte
- Comenta

@Nombre de usuario

elenalalasm



Imagen de perfil



519 3.165 1.267

Publicaci... Seguidores Seguidos

Promociones

Editar perfil

Biografía

Elena Marketing Digital

Nombre + Palabra Clave

Comunidad

Marketing en redes sociales con emoción

Emojis

Consultora Marketing digital y #RedesSociales

Hashtags

Asesoramiento y Formación

Mi web

linktr.ee/elenalalasm

Link

Historias destacadas



Formación



SMM Eventos



Reto



Consultoria

Llamada a la acción

Llamar

Dirección de correo electrónico

Linktree



ALEX ZACCARIA

Join Bolster Mailing List

Work at Linktree

Bolster

LNWY

Linktree



Sorteos para crecer


Reglas participación:

Etiqueta a 3 amigos y dale like

o

Comparte esta story en tu perfil (si el premio es muy potente)



A woman with long dark hair, wearing a black turtleneck and a necklace, is sitting at a desk. She is holding a pink smartphone up to take a selfie. In front of her is a silver Acer laptop. To her left is a dark wooden chair. In the background, there is a lamp with a yellow shade and a vase with greenery on a side table. The scene is dimly lit with warm tones.

Y si nos estancamos... ¡Influencer marketing!



S O C I A L
M E D I A

Diferencias a nivel de llamado a la acción



Aquí mucho más habitual añadir enlaces.

No obstante, Facebook te penaliza aquellos posts que contienen enlace.

¿Solución? **Crea intriga en el texto de la publicación, y añade el link en la descripción.**

Pero cuidado...

Habitualmente la gente no comparte vídeos con un call to action y un enlace.

Así que si quieres viralidad... ¡No lo añadas!

¡Ajustes de página completos!

Market On South
@marketonsouth

Home
Reviews
Photos
Posts
Videos
Events
About
Community

Create a Page

Like Follow Share ...

Write a post...

Photo/Video Tag Friends Check in ...

Recommendations and Reviews

Recommended by 1,759 people · People talk about "crispy brussels sprouts", "jackfruit sandwich" and "vegan food"

Child-friendly · Healthy options · Creative cuisine
I love market on South. great food and a great place to have I Orlando s one of the best vegan food in town
December 8, 2019

Great food · Hip atmosphere
Delicious food and friendly staff love this place
November 21, 2019

I'm not a full time vegan, but when I eat vegan I want it to be good and better than what I can make... See More
May 11, 2018

Do you recommend Market On South?
Yes No

See All

Photos

Community See All

4.9 out of 5 · Based on the opinion of 458 people

Invite your friends to like this Page
11,099 people like this
11,342 people follow this
El Jefe and 4 other friends like this or have checked in
11,003 check-ins

About See All

2603 E South St
Orlando, Florida 32803
Get Directions
(407) 613-5988
Send Message
www.marketonsouth.com
Vegetarian/Vegan Restaurant
Hours 8:00 AM - 12:00 AM
Open Now
Popular hours

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
6AM	6AM	12PM	3PM	6PM	12AM	3AM

Suggest Edits



5 out of 5 ⓘ

Based on the opinion of 9 people

Do you recommend Rocky Mountain Foot and Ankle?

Yes

No



Ratings and reviews have changed

Now it's easier to find great businesses with recommendations

Learn More



Recommended by 23 people

MOST HELPFUL

MOST RECENT



Sara Thomason Stephens reviewed Rocky Mountain Foot and Ankle —

5★

December 19, 2016 · 🌐

Love this place. Dr. Ericson is fantastic. His receptionist so are great as is his Aides. Very compassionate group of people.

👍 1

👍 Like

💬 Comment

➦ Share

📄 Buffer



Nicole Stevenson 🌟 recommends Rocky Mountain Foot and Ankle.

November 5, 2018 · 🌐

the staff is amazing!! lucky to have been accepted as a walk in. I was in major pain from an ingrown toenail!! they were all amazing and took care of me promptly!!

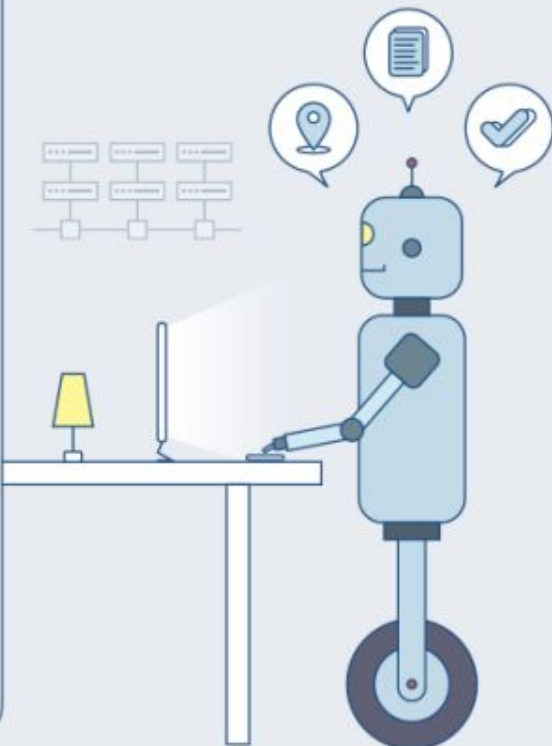
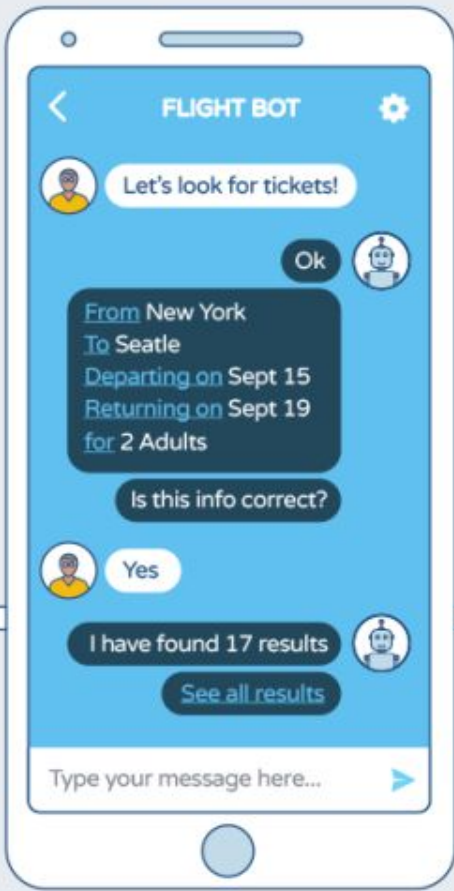
👍 Like

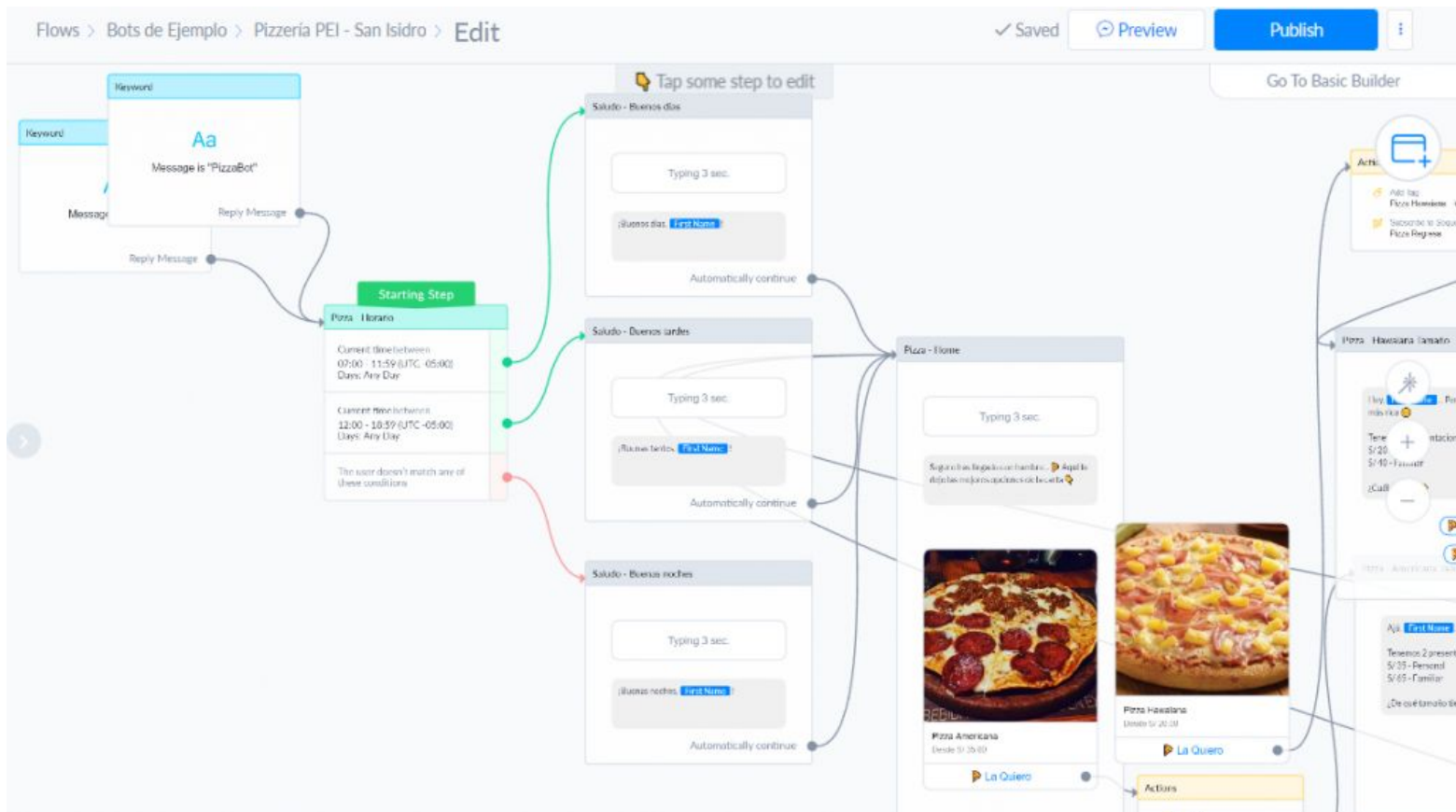
💬 Comment

➦ Share

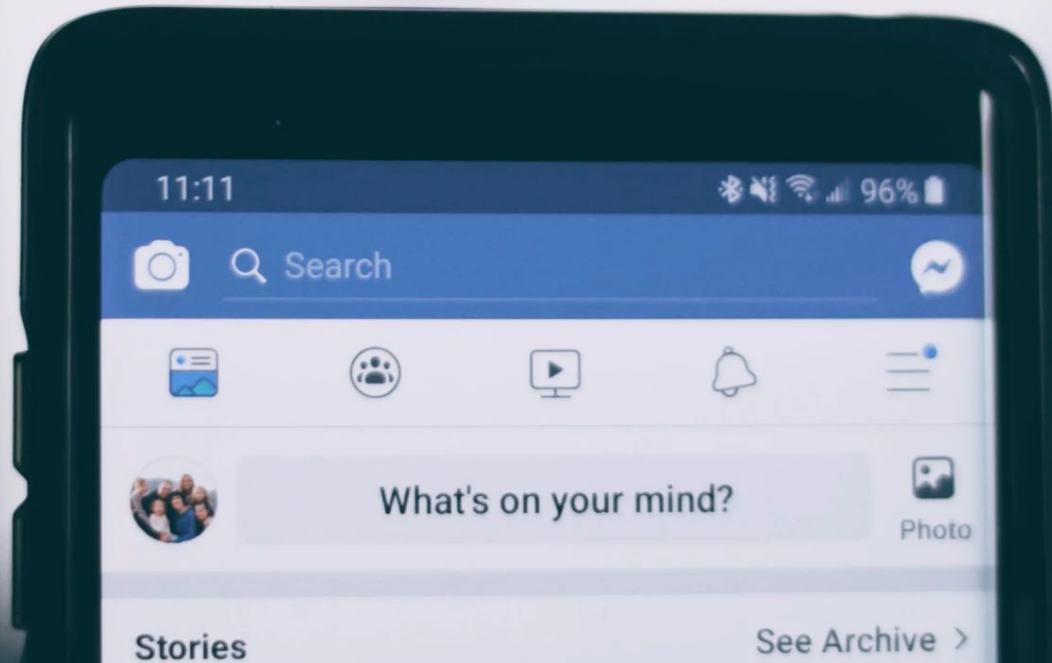
¿Usas Facebook messenger?







Y si tus publicaciones no llegan a casi nadie... **¡Un pequeño empujón de pago!**



Opción “**boost**”

BALCELLSGROUP.COM

Company Dissolution, Liquidation & Cancelation

▶ How to Dissolve, Liquidate and Cancel a Company in Spain

Reach More People With This Post

People are boosting posts like "Whatever the reaso..." to reach more people. Try boosting this post.

66 People Reached 4 Engagements

2

Boost Post

The image shows a Facebook post from BALCELLSGROUP.COM. The post features a large image of a person sitting on a bench reading a document, with the text 'Company Dissolution, Liquidation & Cancelation' overlaid. Below the image is the post title 'How to Dissolve, Liquidate and Cancel a Company in Spain'. A 'Boost Post' button is visible in the bottom right corner, highlighted by a red arrow originating from the text 'Opción "boost"' on the left. The post also shows engagement metrics: 66 People Reached and 4 Engagements. A notification banner at the top of the post area says 'Reach More People With This Post' and provides context for the boost feature.

Boost Post



What results would you like from this post?

- Send people to your website**
Website visitors · From \$1 a day
- Get more people to react, comment and share**
Post engagements · From \$1 a day

All Options ▾

POST BUTTON (Optional)

Add a button to your post ⓘ

Learn More ▾

This button will lead to the link in your post.

AUDIENCE

- People you choose through targeting Edit

Location - Living In: United States: Florida

Age: 18 - 65+

- People who like your Page
- People who like your Page and their friends
- Custom Audiences

Preview: Desktop News Feed ▾



Ana Gotter, Writer

Sponsored ·

Interested in finding the very best freelance writers in the business?
Here's where you should look and what to look for.



ADESPRESSO.COM

How to Find the Best Freelance Writers in the Business

Learn More



Like



Comment



Share



By clicking Boost Now, you agree to Facebook's [Terms & Conditions](#) | [Help Center](#)

Cancel

Boost Now

Boost Post



What results would you like?

- Send people to my website**
Website visits
- Get more page likes**
Post engagement

All Options ▾

POST BUTTON (Optional)

Add a button to your post ⓘ

Learn More ▾

This button will lead to the link in your post.

AUDIENCE

- People you choose through targeting

Location - Living In: United States: F

Age: 18 - 65+

- People who like your Page

- People who like your posts

- Custom Audiences

Preview: Desktop News Feed ▾



Ana Gotter, Writer

Sponsored ·

Interested in finding the best business?
where



Learn More

Like



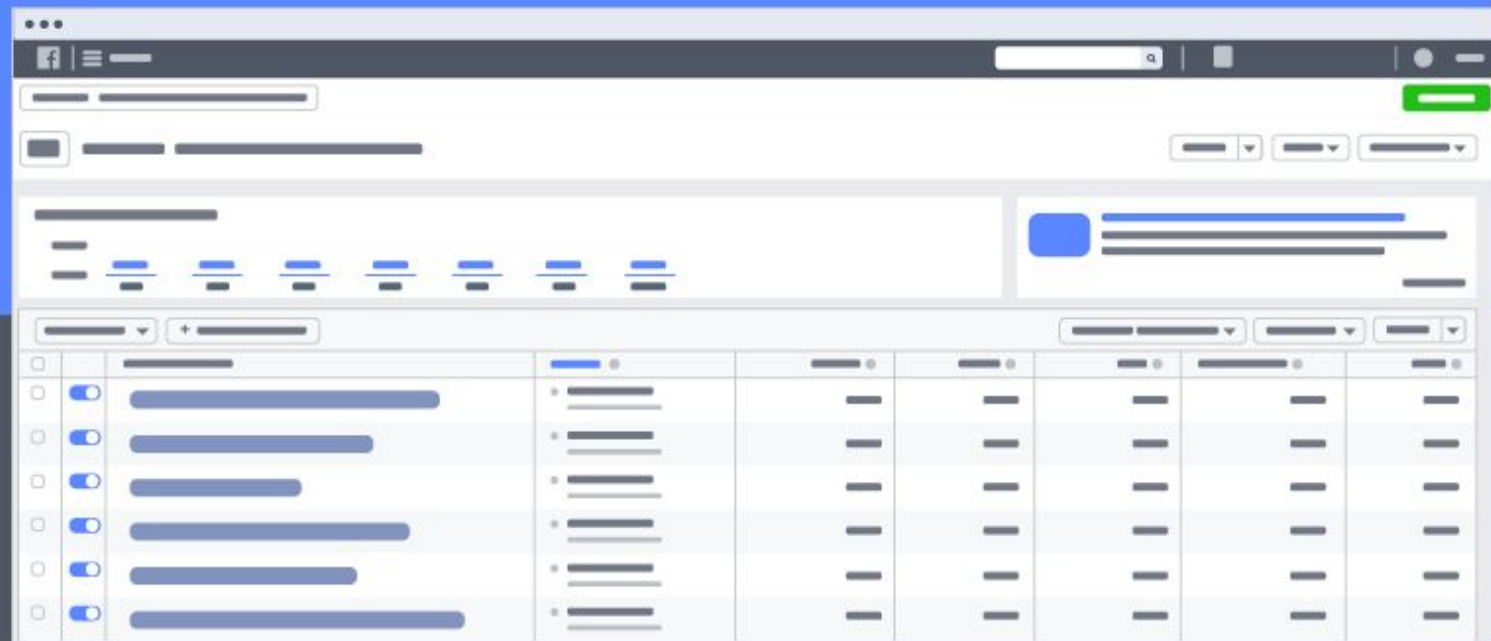
By clicking Boost Now, you agree to our [Terms & Conditions](#) | [Help Center](#)

Cancel

Boost Now

facebook

ADS MANAGER



Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Reconocimiento de marca	 Tráfico	 Conversiones
 Alcance	 Interacción	 Ventas del catálogo de productos
	 Descargas de aplicaciones	 Visitas en el negocio
	 Reproducciones de vídeo	
	 Generación de clientes potenciales	
	 Mensajes	



Agregar lugares de forma masiva

Edad ⓘ 20 ▼ - 49 ▼

Sexo ⓘ **Todos** Hombres Mujeres

Idiomas ⓘ Español X

Ingresa un idioma...

Segmentación detallada ⓘ INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Datos demográficos > Educación > Nivel de formación

Doctorado**Estudios universitarios en curso****Maestría**

Intereses > Intereses adicionales:

iPhone accessories**Tecnología**Agrega datos demográficos, intereses o comporta... **Sugerencias** | **Explorar**

Excluir personas o Acotar público

 Ampliar intereses si es posible conseguir un incremento de interacción con una publicación a un precio inferior por interacción. ⓘConexiones ⓘ **Agregar un tipo de conexión** ▼**Guardar este público**

Tu público está definido.

Alcance potencial: 150.000 personas ⓘ

Resultados diarios estimados**Alcance**

4.100 - 13.000 ⓘ

Interacción con la publicación

75 - 470 ⓘ

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto definido y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

¿Te resultaron útiles estas estimaciones?





¿Preguntas?