



"Uso de las Redes sociales para emprendimientos"

Revisión desde una perspectiva femenina

Red de Mujeres –
FUNDADEICO

Rebeca Demes-Bolaños



Rebecca
Demes
Bolaños

Coach Personal:



Comunicación y Diseño Social
Cocreación e Inteligencia Colectiva



Liderazgo para el Cambio



Psicología Positiva



Escritora, Conferencista,
Activista y Empresaria

 8867.4458

 info@rebeccademes.com

www.rebeccademes.com

¿Qué son las Redes Sociales?

- Estructuras sociales compuestas de personas (entidades) que se encuentran conectadas por uno o varios tipos de relaciones.

Usar las redes sociales para promocionar un nuevo **negocio** no es sólo algo sumamente efectivo sino que, además, puede llegar a ser una herramienta de **marketing** a bajo costo.

Que a la dueña de un negocio no le gusten las redes sociales,
No significa que muchos posibles clientes no la vean.

El éxito en las redes sociales depende de:

- El contenido que publicas
- El contexto en que lo publicas (la red social)
- La conexión que logres con tus seguidores o fans
- La comunidad que vayas formando



Las más “in”

Escoge las **redes sociales** adecuadas con prudencia y únete a ellas:

- **Facebook: la mejor para relacionarse con los clientes**

Todos los negocios, grandes o pequeños, necesitamos una [página de Facebook](#). A finales del 2012, había ya más de un billón de usuarios en Facebook, lo cual se traduce en que un 99% (por no decir el 100%) de nuestros potenciales, y actuales clientes, ya tienen una cuenta abierta, simplemente no podemos permitirnos no estar allí.

- **Twitter: la mejora para publicar noticias sobre nuestra empresa**

Pensemos en [Twitter](#) como un canal de noticias, es el mejor sitio para promocionar nuestro negocio, hablar de las cosas que están pasando, y conectar con otras personas.

- **LinkedIn: la mejor plataforma para encontrar clientes** Es la plataforma por excelencia para el B2B, para las empresas cuyos clientes son otras empresas, además de ser una gran plataforma para buscar colaboradores.

Las más “in”

- **Pinterest: La mejor para incrementar nuestra visibilidad**

Pinterest es el nuevo del barrio, pero ha entrado con fuerza, consiguiendo más de 3 millones de nuevos usuarios por mes. A diferencia de Facebook y Twitter, Pinterest no fomenta los comentarios, pero sí el “compartir” de una manera muy visual.

- **Google+: el mejor para mejorar nuestro ranking en las búsquedas**

En cuanto a sus características [Google+](#) es muy parecido a Facebook, pero con una pequeña, pero enorme, diferencia, tiene un SEO increíble.

Tiene ciertas funcionalidades muy interesantes, y que la diferencian de otras redes sociales, como por ejemplo los “Hangouts”. Estos permiten chats con video, entre hasta 10 personas, y para las pymes es una herramienta muy válida para realizar video conferencias.

Creando Perfiles

- Debemos decidir sobre algunas cosas importantes:
- Utilizaremos nombre de marca o de la persona.
- Una persona o equipo de personas.
- Qué pasa si se me va el empleado.
- Un perfil o varios.
- Qué publicaremos y qué no.
- Utilización del logo.

¿Y entonces?

Crea en un documento de WORD una pequeña biografía acerca de tu empresa, indicando siempre cuál es su objetivo y destacando tus servicios, productos y ofertas; entonces compártela en las diferentes **redes de Internet**.

Algunos Tips importantes que aplican a todas las redes

- Es importante ser activo e invitar a los clientes a visitarte en las redes sociales y mantenerse en contacto con tu empresa.
- No utilices tu nueva red **social** sólo para hablar de tu compañía: no das buena imagen y, seguramente, los usuarios que te han regalado un **follow** o un "Me gusta" acabarán por abandonar tu página web. Ayuda a los demás compartiendo información interesante, así como artículos y otras páginas webs de interés (¡siempre relacionadas con tu temática!).

Algunos Tips importantes que aplican a todas las redes

- Interactúa. Las redes sociales son plataformas sociales: demuestra que lo sabes contestando a los mensajes, dejando comentarios y atendiendo a tus clientes. Sube imágenes de tus nuevos productos, anuncia ofertas desde tu página, deja información sobre eventos que organices o en los que participes, etc. Si te embarcas en redes sociales préstales atención. Al igual que queda fatal no contestar al teléfono, lo mismo sucede cuando no respondes a un mensaje en redes sociales.

Algunos Tips importantes que aplican a todas las redes

- **Nunca seas un spamer** (bajo ningún concepto). La palabra spamer define a aquellas personas que se dedican a enviar mensajes de publicidad a mansalva. Tu misión como responsable de comunidad de tu PYME consistirá en promocionar productos y servicios, pero hazlo con estilo, sin caer en el lado oscuro. Por ejemplo, cuando envíes mensajes o invites a eventos, no hagas invitaciones masivas y selecciona a los invitados. Seguro que es más laborioso, pero la imagen que se llevan de ti cuando eres un spamer no es la mejor.

Revisemos ahora las más utilizadas y de fácil manejo.





○ **RED PARA PROFESIONALES**

Eres tu propia marca.

Posiciónate como experto (no sólo para buscar trabajo).

Abre grupos de debate

Invita a tus clientes a tu red

Crea una red de contactos y mantén la marcha.



○ **Tips para LinkedIn**

Completa tu profile al 100%

Desarrolla con detalle el apartado de experiencia

Pon una foto PROFESIONAL

Únete a grupos

Si tiene empresa, crea perfil dentro de la red

Solicita recomendaciones

Añade tus otras redes sociales en el perfil

Escribe un titular profesional atrayente



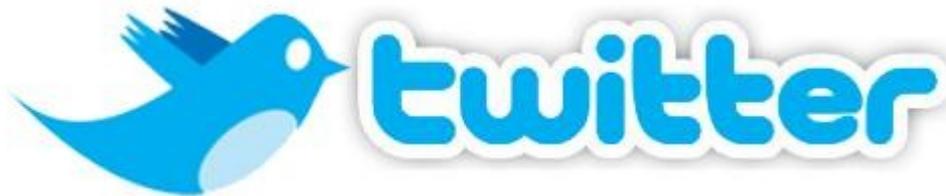
○ **Tips para LinkedIn**

No funciona como red social de “amigos”

No es recomendable añadir gente que no se conoce

Si nos interesa un contacto, debemos buscar un tercero que “nos presente”

También se pueden hacer páginas de empresa; esto es recomendable



◉ **RED PARA QUIENES TIENEN POCO TIEMPO**

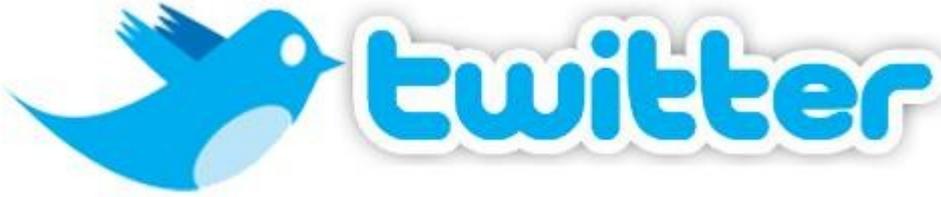
Permite enviar micro-entradas basadas en texto de no más de 140 caracteres.

¿Para qué sirve?

Información en tiempo real, promoción de marca, atención al cliente, solicitudes de información, ofertas de productos.

Los usuarios se nombran con una @ adelante.

Tiene un lenguaje bastante propio y único: un “retuit” es pasar la voz, un # hashtag etiqueta para identificar una conversación.



○ **¿Por qué crear página en Twitter?**

Los “followers” son mejores seguidores que los “fans”.

La capacidad de influencia es mayor.

Facilita la comunicación en tiempo real.

Permite escuchar y responder lo que se dice de nosotros.

Temas de interés de un área son fáciles de detectar.

Participa en conversaciones relevantes

Retuitea mensajes de interés.

Usa lista de otros usuarios y crea propias.



○ **Tips para escribir en Twitter**

Sé constante

Usa urls acortadas (Goo.gl)

Puedes subir fotos y vídeos (Twitpic)

Programa tus tuits

Opina, sé original, pregunta, ayuda, comenta, comparte.



- **GRUPOS**
- Son mini-comunidades de usuarios a partir de un interés común.
- Fáciles de compartir.
- Se pueden enviar mensajes a todos los miembros a la vez.

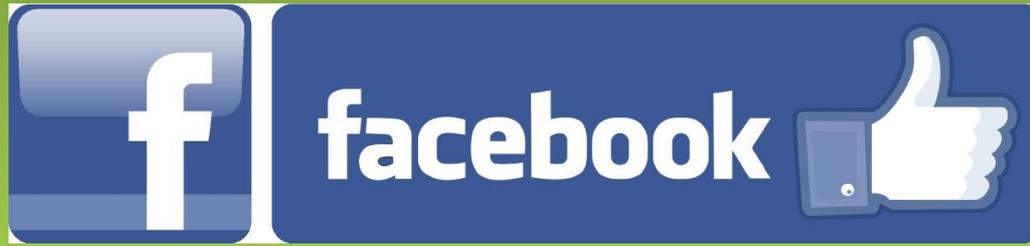


○ Páginas

- Empresas, instituciones y organismos, DEBEN crear su perfil como páginas.
- Una de las principales ventajas es que podemos obtener estadísticas sobre los seguidores (fans).



- **Los primeros pasos de una Página**
- Nombre de la página.
- Rellenar con cuidado toda la información y elegir bien la categoría.
- Personalización de la URL (dirección).
- Información sobre nosotros.
- Foto de perfil.
- Permisos a usuarios.



Es importante que la última parte de la url sea el nombre comercial de nuestra **empresa**. Para lograrlo, hemos de ir, en el apartado de Editar Información, a Dirección de la página, y rellenar los datos.

Así en vez de tener una dirección del tipo
'facebook/pages/edit/?id=206332692724304&tab=public&view'

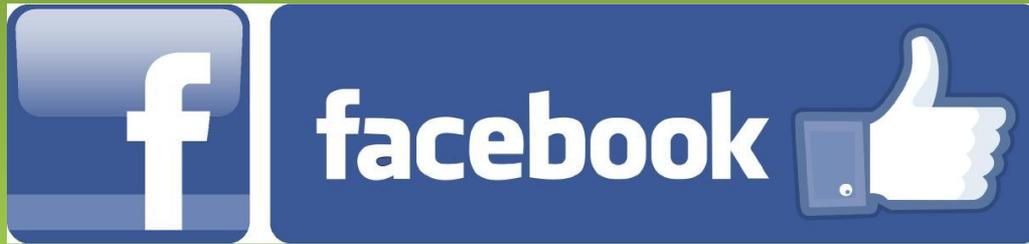
Podremos cambiarla por
'**facebook/nombredenuestraempresa**'.

Esto será muy útil a la hora de incluir la dirección de nuestra **fanpage** en tarjetas de negocios o publicidad, ya que bastará con escribir el logotipo de Facebook seguido de una barra y el nombre comercial.



○ **TIPS**

- Utilizar lenguaje fácil.
- Usar imágenes, vídeos y enlaces.
- Dialogar con los usuarios.
- Participar en debates de otros.
- Estar pendientes de los mensajes recibidos y contestarlos.
- Escribir sobre novedades, ofertas y eventos.
- Realizar un plan semanal, donde se definan temas y contenidos.



¿Qué NO hacer en tu página de empresa?

No utilices imágenes distorsionadas. Facebook es una red social visual, lo primero es el diseño.

Exceso de actualización muy seguida, por no ser constante. Es recomendable hacerse un plan.

Etiquetar a “todo el mundo”.

Pedir “me gusta” y compartir, sin crear concursos.

No manejar la marca de la empresa a través de nuestra página o perfil personal. No hay que mezclar el perfil de un individuo con el de una marca. Lleva a confusión a los usuarios.



- **¿Qué NO hacer en tu página de empresa?**
- No cuelgues masivamente tus contenidos en páginas o perfiles de terceros. Será considerado *spam*.
- Evita *etiquetar* continuamente a los demás para viralizar tus contenidos.
- No compartas contenido repetitivo. Puedes comer ensalada varios días a la semana, pero si la haces siempre igual, la cosa repite.
- Se original. Publicar contenido irrelevante te conduce al abismo. Lo que no tiene interés, no tiene valor.



- **¿Qué NO hacer en tu página de empresa?**
- No bombardees con ofertas continuamente. Mima el contenido que publicas. Cada oferta es como un hijo/a que se va de casa: tiene que estar preparada y bien presentada.
- No ofrezcas cosas que no puedas cumplir. Puedes prometer un viaje a la luna, pero si no tienes los medios para proporcionar el viaje al usuario, éste te lo recriminará. Y ten por seguro que será públicamente.



Finalmente, el error número UNO: no usar Facebook como una red social. Si lo único que se pretende es mostrar productos y comunicar promociones, quizás Facebook no sea el medio más indicado.

La esencia de las redes sociales se encuentra en su enorme potencial para mejorar las relaciones entre empresas y clientes. Por eso, es un error no aprovechar el carácter participativo y colaborativo de este entorno. Propón actividades, realiza preguntas, interésate por el usuario. Así, además, sabrás de qué manera publicar para que te tengan en cuenta.

La REPUTACIÓN online

- **¿Qué es?**
- Es el reflejo del prestigio o estima de una marca en internet.
- No está bajo el control absoluto de la organización, sino que la “fabrican” también otros.
- El 90% de los usuarios confían en recomendaciones realizadas por su círculo y el 70% también tienen en consideración recomendaciones online de desconocidos.
- Tenemos que saber dónde están y hablan nuestros clientes.

¡Muchas Gracias!

www.rebeccademes.com



Rebecca.Demes



rdemescr



bbdemes



in / rdemes



+RebeccaDemes