





AVISO LEGAL

Aviso legal

Este libro electrónico se ha redactado únicamente con fines informativos. Se han hecho todos los esfuerzos para que este libro electrónico sea lo más completo y preciso posible. Sin embargo, puede haber errores en la tipografía o en el contenido. Además, este libro electrónico proporciona información sólo hasta la fecha de publicación. Por lo tanto, este libro electrónico debe utilizarse como una guía y no como la fuente definitiva.

El propósito de este libro electrónico es educar. El autor y el editor no garantizan que la información contenida en este libro electrónico sea totalmente completa y no serán responsable de cualquier error u omisión. El autor y el editor no tendrán responsabilidad ante ninguna persona o entidad con respecto a cualquier pérdida o daño causados o supuestamente causados directa o indirectamente por este libro electrónico.



¿Tú también tienes curiosidad?

Entra aquí.



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN: ¿QUÉ ES MARKETING DE REDES SOCIALES? 10

SECCIÓN 1: DESARROLLE SU NEGOCIO DE FORMA POSITIVA A TRAVÉS DE LOS REDES SOCIALES 12

DESARROLLE UN PLAN ESTRATÉGICO 13

DIRIJA EL INTERÉS DE SUS CLIENTES POTENCIALES HACIA SU PRODUCTO 14

CREAR UNA COMUNIDAD DE REDES SOCIALES PARA SUS PRODUCTOS O SERVICIOS 15

CONSTRUIR UN BLOG 15

COMPROMETERSE PERMANENTEMENTE A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES 16

EVITAR LA VENTA DURA 17

SECCIÓN 2: ESTADÍSTICAS DE LOS MEDIOS SOCIALES QUE DEBE UTILIZAR 18

SECCIÓN 3: QUÉ PLATAFORMAS DE MEDIOS SOCIALES SON REALMENTE IMPORTANTES 23

¿QUÉ PLATAFORMA? 23

LAS CINCO REDES SOCIALES PRINCIPALES 25



TABLA DE CONTENIDO

SECCIÓN 4: EL TRÁFICO DE LAS REDES SOCIALES PUEDE AUMENTAR EL RANKING DE SU SITIO WEB 28

LAS ACCIONES SOCIALES SON UNA CONSTRUCCIÓN DE ENLACES POSITIVA 29

EL CONTENIDO DE LAS REDES SOCIALES CON LA PALABRA CLAVE ADECUADA ACELERA LA INDEXACIÓN 30

UN BUEN MARKETING EN LAS REDES SOCIALES AUMENTA EL CONOCIMIENTO DE LA MARCA 31

RECUERDE, SÓLO EL CONTENIDO VALIOSO SE COMPARTE EN REDES SOCIALES 32

COMBINE LAS PALABRAS CLAVE DE SUS REDES SOCIALES PERFIL Y CONTENIDO PARA AUMENTAR SU RANKING 32

SECCIÓN 5: AUMENTE EL TRÁFICO DE SU BLOG CON BUEN CONTENIDO 34

SECCIÓN 6: CÓMO CONSEGUIR MÁS CLICS EN LAS REDES SOCIALES 38

OFREZCA A SUS VISITANTES UNA LLAMADA A LA ACCIÓN CLARA 38

CONTENIDO SUPERIOR PARA MÁS CLICS DE SUS SEGUIDORES 40

ACTUALICE SU CONTENIDO 41

PÁGINAS DE ATERRIZAJE - CADA VEZ MÁS IMPORTANTES PARA CONSEGUIR MÁS SEGUIDORES Y MÁS CLIENTES 41



TABLA DE CONTENIDO

SECCIÓN 7: COMPROMISO SOCIAL: TODO LO QUE VALE LA PENA SABER Y ES IMPORTANTE	43
¿QUÉ ES EL COMPROMISO SOCIAL?	43
PRESENTAR SUS EMPLEADOS Y EVENTOS A SUS SEGUIDORES	45
CONVERTIR A LOS CLIENTES EN DEFENSORES DE LA MARCA E INFLUENCIADORES	46
RECOMPENSAR A LOS FANS	46
SER AMIGABLE CON EL MÓVIL	47
UTILIZAR LA ARCILLA ADECUADA	47
SECCIÓN 8: REGISTRO Y SEGUIMIENTO DEL TRÁFICO DE LAS REDES SOCIALES	49
PLUGIN DE GOOGLE ANALYTICS Y MÉTRICAS DE REDES SOCIALES	49
PLUGINS DE MÉTRICAS SOCIALES PARA WORDPRESS	50
FACEBOOK INSIGHTS	51
VIRALHEAT	51
SOCIAL MENTION	52
TWEETREACH	52



TABLA DE CONTENIDO

SECCIÓN 9: MEDIR Y ANALIZAR SU ÉXITO EN LAS REDES SOCIALES	54
LLEGAR A SU PÚBLICO OBJETIVO	54
MEJORAR EL COMPROMISO	55
TASA DE CONVERSIÓN	57
SECCIÓN 10: EL FUTURO DEL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES	59
LAS REDES SOCIALES EVOLUCIONAN CONSTANTEMENTE	59
CON LAS REDES SOCIALES SE MEJORA CONSTANTEMENTE LA CALIDAD DE LOS DATOS	60
LAS REDES SOCIALES COMO COMPONENTE CENTRAL DEL MARKETING DE CONTENIDOS	61
TODO SE VUELVE MÓVIL	63
EL MARKETING DE CONTENIDOS ES CADA VEZ MÁS IMPORTANTE	64



INTRODUCCIÓN: ¿QUÉ ES MARKETING DE REDES SOCIALES?

Cualquier empresa que no utilice estrategias de marketing en redes sociales hoy en día se está perdiendo todos los beneficios que dichas estrategias pueden aportar a su negocio. Sólo hay que pensar en lo lejos que han llegado de ser consideradas como novedad hace unos cinco años. Ahora, las empresas y organizaciones simplemente no pueden prescindir de las redes sociales. De hecho, ya se consideran una parte crítica de su mezcla de marketing.

En 2021, un mayor número de profesionales del marketing buscó en las redes sociales más valor. Cerca del 89% de ellos citó que los medios sociales son una parte importante de su negocio, mientras que el 91% de ellos dijo que les beneficia al aumentar su exposición al mercado.

El marketing en redes sociales puede aportar varios beneficios, como una mayor de exposición, mejora del tráfico, aumento de los seguidores fieles, aumento de los clientes potenciales, nuevas relaciones comerciales, mejora de la posición en los motores de búsqueda, aumento de las ventas, reducción de los costes de marketing y mejor conocimiento del mercado.

El hecho de que Facebook tenga ya más de 2.500 millones de usuarios, de los cuales 1.650 millones son activos en la red social cada mes, es



una prueba más que suficiente de lo grandes que se han vuelto las redes sociales.

Y se espera que esto continúe en los próximos años. Ahora bien, ¿por qué por qué elegiría perderse todos estos beneficios cuando puede empezar a aprender más sobre el marketing en redes sociales ahora mismo?

SECCIÓN 1: DESARROLLE SU NEGOCIO DE FORMA POSITIVA A TRAVÉS DE LOS REDES SOCIALES

Puedes desarrollar tu negocio utilizando las redes sociales.

Pero todo comienza con ser activo en las redes sociales. Las redes sociales que importan y nunca dejar que los clientes se olviden de ti. Una forma de seguir recordándoles que sigues estando ahí es hacer algo de ruido en tus páginas sociales.



Como propietario de un negocio, debería tener al menos un conocimiento básico de lo que es el marketing en las redes sociales. De las redes sociales. Debe saber cómo conectar con la gente, especialmente con su mercado objetivo, a través de las redes sociales, para crear contenido excelente que mueva a la gente a actuar y a crear relaciones.

El marketing en las redes sociales consiste en comunicarse con su público objetivo, informarles sobre su negocio y, finalmente, hacer que se involucren. Podría producir comentarios de los



clientes, clientes potenciales y la oportunidad de darles un excelente servicio al cliente. Pero no obtendrá la respuesta que espera a menos que comparta su información de la manera correcta. Hay algunos pasos que debe seguir si quiere utilizar las redes sociales para ayudar su negocio a crecer.

DESARROLLE UN PLAN ESTRATÉGICO

El marketing en redes sociales debe ejecutarse con una estrategia que abarque su objetivo y las medidas de éxito. El mejor plan es desarrollar el compromiso en los medios sociales. Debe incluir la frecuencia con la que se va a producir contenido, cuál será la voz de la empresa y qué respuesta esperas obtener de la gente. No se trata de vender forzosamente, sino de forjar relaciones. No exageres tu discurso de ventas. En su lugar, intente ganarse la confianza de su público.

DIRIJA EL INTERÉS DE SUS CLIENTES POTENCIALES HACIA SU PRODUCTO

Supervise y actualice sus cuentas en las redes sociales con regularidad para no descuidar las consultas, los comentarios e incluso las quejas de sus clientes potenciales o de los ya existentes.

Las respuestas oportunas son necesarias para reducir las posibilidades de arruinar las relaciones con los clientes.



Sería incluso mejor atraer la atención de sus clientes con elementos visuales, como fotos bonitas o fotos divertidas, que suelen ser fáciles de compartir. Afine su tiempo para participar en las conversaciones.

También puede también buscar el último objeto de afecto de sus clientes mediante la búsqueda de #hashtags, publicaciones en Facebook o tweets.

CREAR UNA COMUNIDAD DE REDES SOCIALES PARA SUS PRODUCTOS O SERVICIOS

El marketing en las redes sociales puede utilizarse a largo plazo. Puede maximizar su potencial si recibe ayuda de una comunidad de redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter o LinkedIn, que comparte los mismos intereses que tú. Puede convencer a amigos y a sus amigos y colegas para que se unan a esa comunidad, pero a medida que crece, hay que establecer reglas.



CONSTRUIR UN BLOG

El blogging es una herramienta de probada eficacia en el marketing de las redes sociales. Su blog sirve como base de operaciones con su Facebook, Twitter, y otros sitios de redes sociales que sirven como alimentadores que traen tráfico a su blog.



Cada nuevo blog trae nuevas ventas y oportunidades de tráfico. El comportamiento típico del consumidor es leer unos 10 blogs antes de tomar una decisión de compra.

COMPROMETERSE PERMANENTEMENTE A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Si estás en las redes sociales, prepárate para interactuar con tus seguidores. Esto significa iniciar conversaciones, responder a preguntas y ser amigo de sus clientes en línea. Utilízalo para forjar relaciones.



EVITAR LA VENTA DURA

No abuses de las redes sociales como vía de venta.



En su lugar, céntrate más en involucrar a tus seguidores en lugar de bombardearlos con llamadas a la acción para que hagan algo por ti, si no quieres que dejen de seguirte.

Sea cual sea el medio de comunicación social que se haga popular a lo largo de los años, una cosa es segura: el marketing en redes sociales siempre será útil para las empresas y los vendedores.

Guía paso a paso - Aprende en poco tiempo

¿Cómo escribir un ebook
y **ganar dinero**?

Descargar muestra gratis



SECCIÓN 2: ESTADÍSTICAS DE LOS MEDIOS SOCIALES QUE DEBE UTILIZAR

Si quieres sacar el máximo partido a tu cuenta de redes sociales, es importante que sepas cómo utilizarla y conocer las últimas estadísticas de las redes sociales.



Estas son las últimas estadísticas que debe conocer antes de crear tus estrategias en las redes sociales:

- Los defensores más apasionados son los que menos seguidores tienen. Cuando el sitio de monitorización social Mention estudió más de mil millones de menciones sociales durante dos años,



descubrieron que el 91% de las menciones las hacen personas con menos de 500 seguidores.

- Aunque deberías interactuar con los usuarios más poderosos, no te olvides de los usuarios de las redes sociales con pocos seguidores, porque la mayoría de ellos serán los que hablen de ti.
- El contenido escrito es más valioso que el visual, según los profesionales del marketing. Una encuesta realizada por Social Media Examiners a 3.000 participantes entre los profesionales del marketing mostró que cerca del 58% de ellos cree que contenido escrito original es la forma más importante de contenido en medios sociales, mientras que sólo el 19% valoraba los contenidos visuales.

Utilice el contenido escrito para establecerse como experto en su nicho y mejorar el conocimiento de la marca. Publica una buena historia sobre tu marca.

- Los retuits se hacen mejor a última hora de la noche. Son más efectivos cuando se hacen entre las 10pm y las 11pm ET y los domingos, según Track Maven. También deben ir con el mundo "Retweet" en en mayúsculas o con signos de exclamación para aumentar los retweets.
Puedes probar esta teoría y ver cómo impacta en tu compromiso.
- Las respuestas en Twitter tienen que hacerse en menos de una hora.



Según una investigación de Lithium Technologies, el 53% de los usuarios que tuitean esperan su respuesta en menos de una hora.

Utiliza herramientas para monitorizar tus tuits de atención al cliente y comprueba tus alertas de correo electrónico de Twitter para responder a tus tweets rápidamente.

- Los viernes son el mejor día de la semana para los usuarios de Facebook. Según Adobe, los viernes reciben más likes, shares y comentarios que cualquier otro día de la semana, tras analizar más de 225.000 millones de publicaciones de Facebook.

Asegúrate de incluir el viernes en tu calendario de publicaciones en Facebook.

- Twitter, Facebook y Pinterest son los motores de tráfico más eficaces. El sitio web de intercambio social Shareaholic demostró que estos tres sitios de medios sociales que remiten más tráfico. Por otro lado, Google+, LinkedIn y YouTube son los tres primeros sitios cuando se trata de páginas por visita, tiempo en el sitio y tasa de rebote.

Si quiere aumentar el conocimiento de su marca, elija Twitter y Facebook, y quizás también Pinterest. Si lo que busca es tráfico cualificado, céntrate en YouTube, Google+ y LinkedIn.

- Pinterest tiene una categoría diferente que atrae la mayor parte del

compromiso cada día. El lunes es para el fitness; el martes, para la tecnología; El miércoles es para las citas inspiradoras; el jueves es para la moda; el viernes es para el humor, el sábado para los viajes y el domingo para la comida y la artesanía.

Haz un tablero de Pinterest que cubra todos estos temas y crea un calendario basado en los resultados anteriores.

- Apunta a 28, 118 o 385 interacciones para cada publicación en Facebook. Según Social Bakers, las páginas de redes sociales con hasta 9.999 fans necesitan 28 interacciones por publicación; las que tienen entre 10.000 y 99.999 fans necesitan 118; y las que tienen entre 100.000 y 499.999 fans necesitan 385.

Las interacciones se refieren a las acciones, los comentarios y los "me gusta" en total. Cuantas más interacciones tenga tu publicación, mayor será su alcance.

Supervisa tu página de Facebook utilizando estos puntos de referencia.

**Hay 6 redes de conversación
únicas en Twitter.
Son las siguientes:**





1. Las multitudes polarizadas, que discuten temas polarizantes, como la política y no interactúan con grupos con los que están en desacuerdo;
2. Las multitudes cerradas, que suelen ser profesionales, conferencias o grupos de aficionados que interactúan sobre ideas, opiniones e información;
3. Grupos de marcas, que discuten sobre celebridades y productos que son de interés masivo pero con una conectividad mínima;
4. Grupos de comunidades, que discuten temas populares y acontecimientos eventos globales y a menudo están desconectados entre sí;
5. Red de difusión, que suele estar formada por los fieles seguidores de de expertos y medios de comunicación que apenas interactúan entre sí;
6. Red de apoyo, que se crea a medida que los organismos gubernamentales organizaciones y empresas responden a las consultas, peticiones y quejas de los clientes, y la empresa u organización responde a usuarios desconectados.

Si quiere conseguir el compromiso de la marca, diríjase a los grupos de la comunidad y a las multitudes, y posiblemente las redes de apoyo. Encuentre la red de Twitter que más le convenga.

SECCIÓN 3: QUÉ PLATAFORMAS DE MEDIOS SOCIALES SON REALMENTE IMPORTANTES

Las redes sociales están aquí para quedarse, es decir, si quieres mantener tu existencia online.

Los vendedores se aferran a ella por la vida de su negocio. Pero si lo utiliza con el único propósito de marketing, es cuando las cosas pueden ser confusas.



¿QUÉ PLATAFORMA?

Eso es porque hay muchos sitios de redes sociales, varios métodos para atraer a su audiencia, y los diferentes estilos utilizados en cada plataforma. Así que, ¿cómo debe elegir la mejor plataforma para ti? Lo sabrás después de responder a estas preguntas.

- **¿Qué utiliza su público objetivo?**



Determina qué redes sociales utiliza tu público. No todos sus seguidores son personas reales.

- **¿Qué sitio tiene la audiencia más activa?**

Tener muchos usuarios no significa automáticamente mucha actividad. Google tiene 1.000 millones de usuarios, pero sólo el 35% utilizó activamente su cuenta en el último mes.

- **¿Qué sitio utiliza su audiencia para buscar?**

Cada minuto se realizan millones de búsquedas en Google, Facebook y Twitter. Si se mantiene activo en estas plataformas, su público puede encontrarle.

- **¿Cuál es el sitio de redes sociales más adecuado para su nicho?**

Si un sitio funciona para otros, puede que no funcione necesariamente para usted debido a su nicho. Encuentre uno que sea frecuentado por empresas con la misma oferta que tú. Utiliza estas preguntas para guiarte sobre qué plataforma debes utilizar.

LAS CINCO REDES SOCIALES PRINCIPALES

Los cuatro sitios más importantes son Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest y LinkedIn.

Facebook

Facebook es la mayor red social con sus más de 2,5 mil millones de usuarios (mayo de 2021).

Lleva 17 años de existencia, y más de la mitad de sus usuarios la utilizan activamente diariamente. Cada visita dura 18 minutos de media.

Además de navegar por las actualizaciones o mirar las fotos, un Facebook también está conectado a unas 80 páginas, eventos o grupos. Así es como se puede llegar a ellos.

Instagram

Instagram es un servicio de red social (...) para compartir fotos y vídeos (...). Instagram tiene más de mil millones de usuarios, 500 millones de personas utilizan Instagram Stories cada día.





La app permite a los usuarios subir medios que pueden ser editados con filtros y organizarse mediante hashtags y etiquetado geográfico. Las publicaciones se pueden compartir públicamente o con seguidores previamente aprobados. Los usuarios pueden explorar el contenido de otros usuarios por etiquetas y ubicaciones y ver los contenidos que son tendencia. Los usuarios pueden dar "me gusta" a fotos y seguir a otros usuarios para añadir su contenido a un feed personal. (Wikipedia, mayo 2021)

Twitter

Cada usuario de Twitter (más de 330 millones - dic. 2017), que tiene un media de 256 seguidores y 426 Tweets y pasa una media de 178 minutos en su perfil, supone una oportunidad de marketing. La mitad de sus inscritos permanecen activos a diario, y el 31% de ellos visita su Twitter varias veces al día.

En Twitter se trata de captar a los clientes para que se fidelicen con la marca. Cerca de 85% de los usuarios de Twitter sienten una conexión con una empresa que están siguiendo en Twitter.

LinkedIn

Cada segundo se registran dos nuevas inscripciones en LinkedIn. Ahora

tiene más de 660 millones de usuarios (mayo de 2021), creando otro gigante de las redes sociales. Los profesionales del marketing adoran Facebook, Twitter y Google+ y a menudo ignoran LinkedIn. Sin embargo, LinkedIn es en realidad la plataforma ideal para el marketing B2B.

El sitio está orgulloso de sus usuarios, en su mayoría profesionales, que están vinculados a empresas. Si no quieres perderte el amor de las redes sociales asegúrate de mantenerte activo también en LinkedIn.

Pinterest

Pinterest es un (...) servicio de intercambio de imágenes y medios sociales diseñado para guardar y descubrir información (...) en Internet utilizando imágenes y, en menor escala, GIFs animados y vídeos, en forma de tableros de anuncios. (Wikipedia, mayo de 2021). Pinterest cuenta con más de 400 millones de usuarios activos mensuales en agosto de 2020.

Guía paso a paso - Aprende en poco tiempo

¿Cómo escribir un ebook
y ganar dinero?

Descargar muestra gratis



SECCIÓN 4: EL TRÁFICO DE LAS REDES SOCIALES PUEDE AUMENTAR EL RANKING DE SU SITIO WEB



Se dice que los motores de búsqueda están fuera y las redes sociales están dentro cuando se trata de buscar información en línea. Sin embargo, este no es el caso, pero puede haber mérito en esas afirmaciones.

Las redes sociales han cambiado la forma en que la gente encuentra y comparte contenido, aunque no ha eliminado totalmente la importancia de Google, Bing y Yahoo para los buscadores.

Pero lo que sí es cierto es que las redes sociales se han convertido en un importante factor que los motores de búsqueda tienen en cuenta a la hora de indexar el contenido. Afecta a la clasificación de su sitio web de varias maneras.

LAS ACCIONES SOCIALES SON UNA CONSTRUCCIÓN DE ENLACES POSITIVA

Durante años, las empresas han utilizado formas legítimas e ilegítimas para obtener enlaces a su sitio web y mejorar su clasificación. Sin embargo, las cosas han cambiado.



Ahora, los enlaces se obtienen mediante la creación de contenido original y compartiéndolo en línea, especialmente en las redes sociales. Los enlaces de su Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Twitter, YouTube y otras redes sociales a su contenido mostrarán a los motores de búsqueda que su sitio web es creíble, con contenido útil y que debería estar clasificado para las frases de palabras clave que ha utilizado.

Observe cómo un enlace que se retuitea varias veces en comparación con un enlace que no recibió ni un solo tuit será más visible en Google y otros motores de búsqueda ya que se supone que tiene un contenido valioso por ser compartido varias veces en las redes sociales. Producir un gran contenido en las redes sociales para atraer al público y a los motores de búsqueda igual. Pero lo más importante sigue siendo

involucrar a tus seguidores y establecer relaciones reales con ellos para ganarse su confianza y, con suerte, su participación en las redes sociales.

EL CONTENIDO DE LAS REDES SOCIALES CON LA PALABRA CLAVE ADECUADA ACELERA LA INDEXACIÓN

Los motores de búsqueda consideran los contenidos compartidos en redes sociales. Cuantos más enlaces reciba su sitio web, más rápido será indexado. Dado que las redes sociales pueden dirigir los enlaces a su contenido web con mayor rapidez, pueden acelerar el proceso de indexación.



Por ejemplo, el contenido que ha recibido más retweets puede reducir el tiempo de indexación de indexación en un 50 por ciento, mientras que el tiempo que tardan los robots de los motores de búsqueda en localizar su contenido de dos horas a dos segundos.

UN BUEN MARKETING EN LAS REDES SOCIALES AUMENTA EL CONOCIMIENTO DE LA MARCA



Cuando hablas con la gente en Facebook, Twitter o cualquier otra red social, les pareces más "real". Tu imagen es ahora algo más que la de una corporación desconectada de tus clientes. En cambio, hablas con ellos abordando temas reales relacionados con tus productos y servicios.

Es como tener una relación real con ellos, lo que probablemente le proporcionará la fidelidad de los clientes y un negocio a largo plazo.

RECUERDE, SÓLO EL CONTENIDO VALIOSO SE COMPARTE EN REDES SOCIALES

Si la gente encuentra contenidos útiles o informativos en las redes sociales, lo compartirán con sus amigos y seguidores para difundir la información o hacer que su perfil más interesante.



Pero independientemente de de la razón por la que lo compartan, lo más importante es que están ayudando a correr la voz sobre su negocio. Cuanto mayor sea el alcance de la información, mejor será para la clasificación de su sitio web.

COMBINE LAS PALABRAS CLAVE DE SUS REDES SOCIALES PERFIL Y CONTENIDO PARA AUMENTAR SU RANKING

Las palabras clave que se encuentran en su cuenta de redes sociales y el contenido publicado en ella tendrán un impacto en su clasificación en los motores de búsqueda. Normalmente, los motores de búsqueda se fijan en la URL, el nombre y la biografía.



Por eso debes llenar tu perfil con información relevante, insertando de forma natural el nombre de tu empresa y tus palabras clave. Estas son sólo algunas de las formas en que las redes sociales afectan a la clasificación de su sitio web.

Pero el resultado final siempre será que se ha convertido en un factor aún más importante para que los motores de búsqueda lo tengan en cuenta a la hora de determinar las clasificaciones de los sitios web.

Guía paso a paso - Aprende en poco tiempo

¿Cómo escribir un ebook
y **ganar dinero**?

Descargar muestra gratis



SECCIÓN 5: AUMENTE EL TRÁFICO DE SU BLOG CON BUEN CONTENIDO

Teniendo en cuenta lo influyente que puede ser el marketing en las redes sociales para la promoción de su negocio, debe encontrar la manera de maximizar sus beneficios, especialmente para dirigir el tráfico a su sitio web. Incluso puedes centrarte en aumentar el tráfico de tu blog utilizando varias técnicas que implican a las redes sociales.



A continuación, te presentamos algunas formas de dirigir el tráfico a tu blog mediante el marketing en redes sociales:

- Publica el contenido de tu blog en tus redes sociales. Existen herramientas que publican automáticamente enlaces al contenido de tu blog en tus perfiles de Facebook o Twitter.

Vincule también sus cuentas de Google+, LinkedIn y otras redes



sociales. Familiarízate con las diferentes configuraciones de los perfiles de las redes sociales para saber cómo ocuparte de cuestiones como ésta.

- Enlaza tu perfil en las redes sociales con tu blog. Incluye la URL de tu blog en tus perfiles de redes sociales. Debe encontrarse en tu perfil de Facebook, en la biografía de Twitter, en el perfil de LinkedIn y en la descripción del canal de YouTube, entre otros.
- Poner "sígueme" en tus blogs. Añade el icono "sígueme" en la barra lateral de tu blog para animar a la gente a conectar contigo a través de Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, LinkedIn y otras redes sociales. Aunque la gente no haya visitado inicialmente tu blog, tendrá una forma de encontrarlo fácilmente a través de tu perfil en las redes sociales.
- Simplifique el uso compartido de las redes sociales para sus visitantes. Tu blog debe ser fácil de compartir en los perfiles de redes sociales de tus lectores. Coloca iconos para compartir en las redes sociales en la barra lateral o en la página de inicio de tu blog, o en la parte inferior de cada entrada.
- Aprovecha las herramientas sociales y los widgets. Los sitios de redes sociales suelen tener herramientas y widgets gratuitos para ayudar a promocionar el contenido de tu blog y aumentar su exposición en su perfil. Añádelos a tu blog o sitios web.



- Promueve concursos de blogs en tus perfiles de redes sociales. Éstos deberían ayudar a dirigir el tráfico a corto plazo hacia tu blog, a la vez que aumentan la concienciación sobre el concurso.
- Utilice herramientas de publicación de perfiles cruzados. Hay herramientas de programación como TweetDeck, SproutSocial o HootSuite que pueden publicar automáticamente los enlaces al contenido de tu blog en varios perfiles de redes sociales simultáneamente. Esto debería suponer menos molestias por tu parte.
- Únase a grupos de redes sociales y comparte su contenido relevante. Puedes encontrar muchos de estos grupos en LinkedIn y Facebook. Busca grupos activos en estas plataformas de redes sociales que traten temas relevantes para el tuyo.

Únete a ellos e interactúa con los demás miembros publicando comentarios e iniciando conversaciones. Con el tiempo, podrás compartir los enlaces al contenido más relevante de tu blog sin ser demasiado promocional al respecto.

- Mantente activo en las redes sociales. Además de publicar las entradas de tu blog en tus perfiles de redes sociales, sé activo e interactúa con otros usuarios. Retuitea sus tweets y comparte también sus contenidos.



- Reúne a la gente en las redes sociales. Puedes probar a hacer un TweetChat y hablar de tu tema o de cualquier otro tema relevante. Haz que tus relaciones sean reales conociendo a tus seguidores locales y a otros tuiteros.
- Cambia tu contenido actual para adaptarlo a los distintos destinos de las redes sociales. Puedes convertir los vídeos de YouTube en tuits, presentaciones de SlideShare, entradas de blog, podcasts o cualquier otra forma de contenido en las redes sociales. Esto debería aumentar la exposición de ese contenido específico en las redes sociales.

SECCIÓN 6: CÓMO CONSEGUIR MÁS CLICS EN LAS REDES SOCIALES

Para dirigir eficazmente el tráfico a su sitio web a través de las redes sociales, primero tiene que mejorar sus índices de clics en las redes sociales.

Recuerde que su sitio web es el lugar donde su público objetivo encontrará respuestas a sus preguntas y donde pueden iniciar una posible relación con usted como lector. También es donde puedes darles valor e incluso animarles a que te compren.



Sin embargo, no puedes dar por sentado que todos tus seguidores y fans de las redes sociales irán a tu sitio web. Tienes que darles un poco más de ánimo para que vayan a tu sitio web y empezar a establecer una relación con ellos.

Puedes hacerlo siguiendo estos pasos:

OFREZCA A SUS VISITANTES UNA LLAMADA A LA ACCIÓN CLARA

- Dícales lo que tienen que hacer, que es visitar su sitio web.
- Por muy buenos y compartibles que sean tus posts e imágenes, no servirán de nada si no incluyen un enlace a su blog o sitio web. Aparte del enlace, también puedes establecer la marca incluyendo tu logotipo o el nombre de tu empresa en tus publicaciones.
- Una vez que tus publicaciones con tu marca y tu enlace sean compartidas, esto aumentará la exposición de tu sitio web y posiblemente también aumentará tu tasa de clics.
- No cometas el error común de no decir a tus seguidores lo que necesitas que hagan. Sé claro al decirles que quieres que se hagan socios, que compren lo que vendes o que te sigan en tus otras cuentas de redes sociales, y luego dales un enlace para ayudarles a completar su acción.



CONTENIDO SUPERIOR PARA MÁS CLICS DE SUS SEGUIDORES



No desperdices tu contenido perdiendo la oportunidad de involucrar a tus seguidores y fans. Asegúrate de que cada publicación o tuit sea inteligente, compartible e informativo para

captar la atención de tu audiencia.

Sería aún mejor si tus actualizaciones son sobre una solución a los problemas que muchas de las personas de tu audiencia están tratando porque tales actualizaciones tienden a obtener más acciones, comentarios o likes.

Aunque puedes hablar de lo buenos que son tus productos y servicios, es aún más potente si habla alguien de confianza y respetado. Es entonces cuando se suele ver lo influyentes que son las redes sociales. Sus seguidores tienden a hacer clic en su sitio web cuando una figura influyente les sugiere que deben comprobar algo.

También puedes darles una fecha límite para incitarles a actuar, el mismo principio que se utiliza en las ofertas por tiempo limitado.

ACTUALICE SU CONTENIDO



Cuando publiques actualizaciones en tu perfil en las redes sociales, asegúrese de que sean coherentes y con cohesión. El título debe encajar con el texto, la imagen y la llamada a la acción.

Trate las actualizaciones anteriores que obtuvieron una buena respuesta de su público como punto de referencia. Escriba una actualización con el mismo mensaje para obtener la misma respuesta y, eventualmente, aumentar su número de clics.

PÁGINAS DE ATERRIZAJE - CADA VEZ MÁS IMPORTANTES PARA CONSEGUIR MÁS SEGUIDORES Y MÁS CLIENTES

Se lo debes a ellos para darles una página de aterrizaje interesante. Emocínelos para que hagan lo que usted quiere que hagan.

Por ejemplo, si quieres conseguir su dirección de correo electrónico y darles un artículo gratuito a cambio, dirígelos a una página de aterrizaje que les dé más información sobre lo que esperas que hagan, refuézalo con otra llamada a la acción clara y diles cómo completar esa acción.

Si quieres más conversiones, forja relaciones sólidas con tus seguidores. Dales más valor y espera que hagan clic.



Guía paso a paso - Aprende en poco tiempo

¿Cómo escribir un ebook
y **ganar dinero**?

Descargar muestra gratis

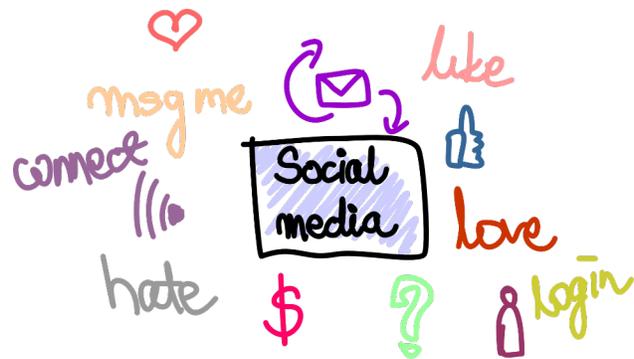


SECCIÓN 7: COMPROMISO SOCIAL: TODO LO QUE VALE LA PENA SABER Y ES IMPORTANTE

¿QUÉ ES EL COMPROMISO SOCIAL?

Mientras que usted puede estar ocupado publicando actualizaciones en Facebook, Twitter, Instagram o cualquiera de sus perfiles de redes sociales, se considera que está realizando una actividad social. Esto se refiere a cualquier evento dentro de una plataforma de medios sociales que le involucre directa o indirectamente.

Los eventos que no te impactan directamente no necesitan tu atención inmediata. Pero aquellos que te involucran, como conseguir un nuevo seguidor, comentario o compartir es lo que se llama compromiso social y esto es lo que necesitas.





El compromiso social es un evento en tu perfil de medios sociales que tiene un efecto directo en tu existencia social. Algunos ejemplos serían nuevos comentarios, comparticiones, retweets, check-ins, likes, vistas o clics, entre otros.

Cuanto más compromiso consigas, mejor, porque esto podría conducir a nuevos fans y seguidores que probablemente harán lo que tú quieres que hagan. Podrías conseguir que se suscriban a tu blog o incluso que te compren algo. Esto se debe a que suelen ser personas interesadas en lo que ofreces y que suelen necesitar un pequeño empujón para convertirse en clientes.

Pero la cosa no acaba ahí. Una vez que estos seguidores hacen algo por ti, itú también tienes que hacer algo por ellos! Puedes responder a su comentario o hablar con ellos. Trátalos como si fueran tus amigos, iaunque sean cientos o miles!

Para poner en marcha este compromiso social, tienes que establecer un plan de acción que incluya una serie de actividades que debes realizar una vez que atraigas a un seguidor. Esto es lo que se llama estrategia social.

Entonces, ¿cómo puedes fomentar más el compromiso social?

PRESENTAR SUS EMPLEADOS Y EVENTOS A SUS SEGUIDORES

Los empleados que trabajan duro son el corazón de toda gran empresa. SEOMoz, por ejemplo, creó un álbum de fotos en

Facebook con imágenes de sus empleados, haciéndolo aún más interesante con el tema "Antes y ahora".



Si también tienes eventos de la empresa, puedes crear un evento en Facebook para que tus seguidores tomen nota de él y lo incluyan en su calendario. Puede tratarse de seminarios en línea, eventos benéficos, conferencias o jornadas de puertas abiertas. Esto hará que tus seguidores se sientan parte de tu comunidad.

CONVERTIR A LOS CLIENTES EN DEFENSORES DE LA MARCA E INFLUENCIADORES



Esta es la última tendencia en marketing en redes sociales. Si alguien tuitea positivamente o publica un vídeo sobre su empresa, ¡republicarlo!

Transmite un mensaje más auténtico a tu audiencia.

Encuentre formas de animar a la gente a hablar de ti o de tu marca.

RECOMPENSAR A LOS FANS

Como su público fiel, sus fans merecen ser recompensados.



Puede ser una tarjeta de regalo, una camiseta o un producto que muestre tu marca. Observa cómo crecen tus interacciones, por no hablar de los nombres de usuario de Twitter, las direcciones de correo electrónico y los números de teléfono que puedes recopilar para futuras campañas de marketing.



SER AMIGABLE CON EL MÓVIL

Mantenga sus mensajes y actualizaciones cortos, dado el corto período de atención de los usuarios en estos días. Tienden a leer mensajes más cortos que

párrafos largos. Cuanto más corto, mejor.

UTILIZAR LA ARCILLA ADECUADA

Todo depende de su público objetivo. Si se trata de clientes, quizá sea mejor sonar informal. Pero también debe tener en cuenta su producto o servicio. Por ejemplo, una marca de lujo puede parecer más atractiva si suena más formal cuando se dirige a su público.

Si se trata de empresas, es mejor sonar formal, pero no estirado ni estirado. Aunque tengas como seguidores a directores generales y figuras del sector, eso no significa que no puedas divertirte con tus contenidos en las redes sociales.

Guía paso a paso - Aprende en poco tiempo

¿Cómo escribir un ebook
y **ganar dinero**?

Descargar muestra gratis



SECCIÓN 8: REGISTRO Y SEGUIMIENTO DEL TRÁFICO DE LAS REDES SOCIALES



El seguimiento del tráfico en las redes sociales es una parte importante del marketing en las redes sociales. Así sabrá si sus tácticas están funcionando y qué debe hacer para mejorar qué área. Es bueno que haya herramientas que puedas usar para rastrear el tráfico de las redes sociales.

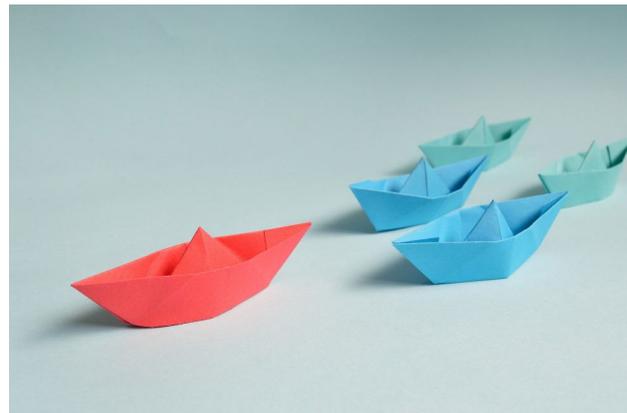


PLUGIN DE GOOGLE ANALYTICS Y MÉTRICAS DE REDES SOCIALES

Google Analytics es probablemente la herramienta de monitorización más popular del mercado debido a su completa analítica. Puede monitorizar todas sus fuentes de tráfico, aunque no sólo se centra en las redes sociales. Si quieres una visión más profunda de tu tráfico en las redes sociales solamente, utiliza una herramienta de monitorización complementaria, como el plugin Social Media Metrics. Este mostrará tus métricas sociales y el tráfico basado en Google Analytics. Podrás ver las métricas más valiosas, desde las páginas vistas hasta la actividad de la página en tu cuenta de redes sociales.

PLUGINS DE MÉTRICAS SOCIALES PARA WORDPRESS

Este plugin gratuito para WordPress monitoriza el rendimiento de tu blog en las principales redes sociales. A pesar de la limitada información, ofrece métricas útiles y directas. Social Metrics monitoriza cada una de las entradas de tu blog y recoge el número de acciones de cada una de ellas en las principales plataformas de redes sociales. Esto muestra qué publicaciones del blog





recibieron la mayor respuesta, determinando así lo que interesa a sus seguidores y lo que debería escribir en sus próximas publicaciones del blog.

FACEBOOK INSIGHTS

Esta herramienta de Facebook te mostrará a quién le gustan tus publicaciones y tu página, cuántas personas visitaron tu página, qué tipo de contenido es el más popular y otras estadísticas útiles. Aunque no te da el tráfico exacto de las redes sociales, determina qué contenido les gusta leer a tus fans de Facebook. Utilízala para optimizar tu contenido en Facebook y atraer más tráfico a tu página.

VIRALHEAT

Esta herramienta puede costar unos 50 dólares, pero puede monitorizar 15 cuentas sociales y dos perfiles de búsqueda en Facebook, Twitter, Pinterest, la web y el vídeo.

Puede utilizarla para comparar términos y perfiles relevantes en las cuentas de las redes sociales y en la web, de modo que pueda supervisar productos individuales su movimiento y compararlos con tus otros productos o los de tus competidores.



Viralheat puede determinar si sus esfuerzos en las redes sociales han mejorado la difusión de su marca en la web.

SOCIAL MENTION

Se trata de una de las herramientas de monitorización más fáciles de utilizar, ya que sólo tienes que buscar el nombre de tu empresa o una palabra clave y obtendrás datos interesantes como la fuerza, el alcance, el sentimiento, la media por menciones, los usuarios que más utilizan las mismas palabras clave y otras cifras. Esto puede determinar qué temas han creado el mayor revuelo en las redes sociales, por lo que sabrás sobre qué deberías tuitear o publicar para aumentar el compromiso.

TWEETREACH

Esta es otra sencilla herramienta de monitorización social que puede mostrarte el alcance de tus tweets. Conéctala a tu cuenta de Twitter y busca cualquier cosa, desde una URL hasta un hashtag o un nombre de pantalla de Twitter.



TweetReach te mostrará entonces los principales colaboradores y su contribución, el número de cuentas a las que ha llegado, los retweets más populares y una línea de tiempo. Esto puede determinar la popularidad de tus tweets, quién ha contribuido más y quiénes son tus influenciadores.

Aunque debes controlar el tráfico de tu sitio web, no descuides el tráfico social si quieres utilizarlo como plataforma para promocionar tu negocio. Para obtener los mejores resultados, monitorízalo también utilizando las herramientas mencionadas anteriormente y otras más.

Guía paso a paso - Aprende en poco tiempo

¿Cómo escribir un ebook
y **ganar dinero**?

Descargar muestra gratis



SECCIÓN 9: MEDIR Y ANALIZAR SU ÉXITO EN LAS REDES SOCIALES

Mientras que muchas empresas están ocupadas lanzando campañas en las redes sociales tras darse cuenta de su valor para su mezcla de marketing, no muchas de ellas han perfeccionado la idea de medir su éxito con los medios sociales. En va más allá del número de seguidores o likes, porque según los estudios, más del 80% de estos "likers" no vuelven a visitar la página.

Entonces, ¿cómo saber si tiene éxito o no? Estas tres medidas le ayudarán a responder a esa pregunta.



LLEGAR A SU PÚBLICO OBJETIVO

Mide el número de personas a las que has influido con tu mensaje.



Muestra cuánto le gusta su contenido a su público objetivo.

Algunas métricas de alcance son las siguientes:

- Seguidores en Twitter
- Conexiones de LinkedIn
- Personas a las que les gusta la página de Facebook - Visitantes del blog
- Espectadores y suscriptores de YouTube

Utiliza los informes de análisis de las redes sociales para controlar estas métricas. También puedes utilizar herramientas de monitorización social de terceros para hacer un seguimiento de tu alcance.

MEJORAR EL COMPROMISO

Se refiere al número de personas con las que has interactuado. Una vez que haya identificado cuántas personas han visto su mensaje, es el momento de ver cuántas de ellas se preocuparon lo suficiente como para actuar en consecuencia.

Para interactuar con personas en las redes sociales, tienes que incitarlas a actuar utilizando contenido valioso. Los bajos niveles de compromiso

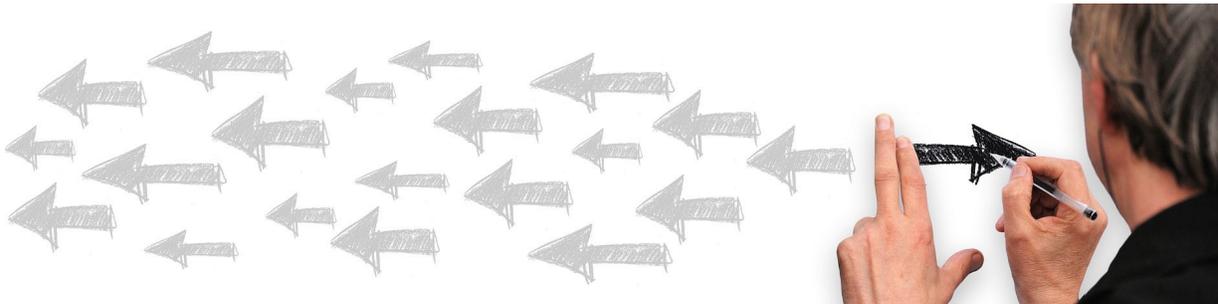


significan que tienes que cambiar tu contenido por algo mejor.

Algunas métricas de compromiso incluyen las siguientes:

- Retweets, mensajes directos y menciones en Twitter
- Clics en tus publicaciones
- Comentarios y comparticiones en sus LinkedIn y Facebook
- Comentarios en el contenido de su blog
- Valoraciones en los vídeos de YouTube

También puede utilizar servicios de terceros para medir su participación en las redes sociales.



TASA DE CONVERSIÓN

Esto se refiere a cuántas personas actuaron en base a su llamada a la acción. La conversión determina el impacto que sus esfuerzos de marketing en las redes sociales tienen en su negocio.

Muestra cuántos de sus seguidores y fans en las redes sociales dieron el siguiente paso, según su llamada a la acción, para convertirse en nuevos clientes potenciales y formar parte de su base de datos de marketing.

Es importante utilizar el sitio web de su empresa como el centro a la que se vinculan todos los contenidos de las redes sociales. Todas sus publicaciones en Facebook, los tweets de Twitter o las publicaciones de LinkedIn deben enlazar con el contenido de su sitio web. También es útil incluir ofertas de generación de clientes potenciales y de leads y upsells

en su sitio web para identificar su tráfico anónimo y convertirlo en clientes potenciales.

Algunas métricas de conversión son las siguientes - Inscripciones a seminarios web:

- Registros de descarga de contenidos
- Ventas en línea
- Clientes potenciales procedentes de llamadas telefónicas
- Formularios online completados

Hay varias herramientas de seguimiento gratuitas que puede utilizar, como Google Analytics, que puede supervisar las actividades en su sitio web. También puede incorporar enlaces rastreables para cada publicación en las redes sociales.

No se pierda la función de seguimiento de objetivos de Google Analytics para supervisar las actividades de conversión. Esto completará tus herramientas de monitorización social para hacer un seguimiento de su éxito en las redes sociales.

Guía paso a paso - Aprende en poco tiempo

¿Cómo escribir un ebook
y **ganar dinero?**

Descargar muestra gratis



SECCIÓN 10: EL FUTURO DEL MARKETING EN LAS REDES



SOCIALES

A medida que más vendedores utilizan las redes sociales para promocionar sus productos y servicios, ¿qué cree que le queda por ofrecer a esta plataforma de marketing en el futuro?

LAS REDES SOCIALES EVOLUCIONAN CONSTANTEMENTE

Cuando las redes sociales se introdujeron por primera vez, causaron un gran revuelo entre los primeros usuarios. Ahora, es una parte importante de la vida de un usuario individual y de un comercializador. Sin embargo, esa importancia va más allá del hecho de que sea algo

nuevo, sino porque ha demostrado su valor. Así es como los medios sociales han madurado y han aumentado su valor para el mundo del marketing y para la sociedad en general.

Los medios sociales han experimentado algunos cambios significativos. Mientras que antes eran una plataforma para todo lo viral, ahora se han convertido en una plataforma para un compromiso significativo. Ahora, las empresas deben asegurarse no sólo de tener una cuenta en Facebook, sino también de ser activas en ella y de involucrar a sus seguidores publicando contenidos informativos y relevantes.

Los consumidores utilizan ahora las redes sociales para relacionarse con sus marcas favoritas. Lo utilizan para transmitir su mensaje a las empresas y a los demás consumidores.

CON LAS REDES SOCIALES SE MEJORA CONSTANTEMENTE LA CALIDAD DE LOS DATOS

Se espera que las empresas se empeñen en conectar con sus clientes para convertirlos en compradores fieles. Para ello,





necesitan utilizar los datos de proximidad, el historial de compras, el historial de búsquedas y las publicaciones en las redes sociales, entre otros, para crear un mensaje que empuje a un cliente potencial a ir a la tienda o a hacer clic en el sitio web sin molestar a ese cliente.

El concepto raíz aquí es "conexión". Al combinar la información del cliente con el impacto de las redes sociales, se puede crear una interacción más personal con los clientes potenciales en tiempo real.

Puede resolver las quejas de los clientes o responder a sus consultas con mayor rapidez gracias a toda la información que puede obtener a través de la gestión de las relaciones con los clientes. Pronto será posible que pase por su restaurante local favorito y reciba un tuit sobre una oferta en sus ofertas.

LAS REDES SOCIALES COMO COMPONENTE CENTRAL DEL MARKETING DE CONTENIDOS

Las redes sociales se convertirán en un componente más central de los programas de marketing basados en contenidos.

Las marcas se volverán amigables con el móvil porque la mayoría de los

consumidores dependerán de sus dispositivos móviles para acceder a la web y buscar productos y servicios. Pero el cambio radica en las expectativas de los clientes sobre lo que las redes sociales pueden hacer por ellos.



Las redes sociales se utilizarán más que como una simple herramienta para comunicar y promocionar sus ofertas a los clientes. Se convertirán en una herramienta eficaz para captar y fidelizar a sus seguidores y fans en las redes sociales. Esto hace que el marketing social se convierta en el corazón de su plan de marketing, y no sólo en una idea de última hora. En lugar de vender a toda costa, intente hablar con sus clientes a través de las redes sociales y averigüe qué necesitan, qué piensan realmente de sus ofertas y qué esperan de su marca.

TODO SE VUELVE MÓVIL



El móvil va a dominar sobre el escritorio a la hora de acceder a Internet. De hecho, ya está empezando a notarse. Pero se trata de algo más que el uso de tabletas y smartphones conectados a los coches.

El salpicadero de tu coche llevará incorporado un

navegador con pantalla táctil, una tecnología que ya puedes encontrar en el Tesla Model S, el primero de este tipo de Internet móvil vehicular. También está la tecnología vestible, como las Google Glass, que revoluciona la conectividad. Google acaba de anunciar la incorporación de más canales de venta para su producto wearable, lo que podría hacer que pronto las grandes marcas de gafas también pongan sus manos en esta tecnología.

En consecuencia, hay que hacer que el contenido y las plataformas de medios sociales sean aptos para móviles. Esto significa crear contenidos de texto más cortos, introducir elementos que se puedan tocar y utilizar el vídeo para mejorar la experiencia del usuario móvil. Intente incluir más elementos visuales en la mezcla.

EL MARKETING DE CONTENIDOS ES CADA VEZ MÁS IMPORTANTE

El marketing de contenidos es importante como herramienta utilizada por los profesionales del marketing para llegar a los clientes y mejorar la clasificación de los sitios web. Pero la capacidad de crear y publicar contenidos solía ser un problema entre los profesionales del marketing.



La tecnología ha ayudado a afrontar este reto introduciendo sistemas de gestión de contenidos más elegantes, baratos y fáciles de usar. Los CMS han facilitado la publicación de contenidos sociales para promocionar sus marcas.

Es de esperar que haya mejores tecnologías que posiblemente automaticen la creación de contenidos.

Mientras espera estos posibles cambios en las redes sociales, asegúrese de estar preparado para adaptarse a la tendencia. Adelántese a sus competidores asignando hoy más presupuesto a las estrategias de

marketing social y móvil. Esto le ayudará a perfeccionar las habilidades y la capacidad necesarias para encontrar programas sociales eficaces. También debe tratar de perfeccionar sus procesos de seguimiento, revisión e implementación de sus esfuerzos de marketing social.

Los profesionales del marketing esperan ahora que el marketing social sea el componente central de sus esfuerzos de marketing.

Guía paso a paso - Aprende en poco tiempo

¿Cómo escribir un ebook
y **ganar dinero**?

Descargar muestra gratis

