

NOVIEMBRE 2019

# APUNTES SOBRE SOCIAL MEDIA

Tips y consejos para  
emprendedores  
y pequeñas empresas

NUBO.COM.VE

# ÍNDICE

<b>ÍNDICE</b>	<b>2</b>
<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Tips de Social Media para pequeños negocios</b>	<b>4</b>
<b>Los 3 protocolos del Plan de Social Media</b>	<b>6</b>
<b>12 pasos para el chequeo de tus acciones en Social Media</b>	<b>9</b>
<b>Community Managers y filosofía de gestión</b>	<b>10</b>
<b>10 habilidades esenciales de un Social Media Manager</b>	<b>11</b>
<b>La esencia del marketing</b>	<b>13</b>
<b>7 C's del marketing en la era digital</b>	<b>14</b>
<b>10 formas para promover tu blog en redes sociales</b>	<b>15</b>
<b>6 cosas que debes dejar de hacer en redes sociales</b>	<b>18</b>
<b>Decálogo de uso correcto de un grupo de Whatsapp</b>	<b>19</b>
<b>Sobre Nubo</b>	<b>20</b>

# Introducción

Tú sabes que Social Media es importante y nosotros sabemos que es muy difícil mantenerse actualizado sobre este tema.

Vivimos en una era donde parece que hay un exceso de información y por eso hemos preparado este resumen con algunos apuntes que hemos tomado de algunos de los artículos más leídos de nuestro blog.

Probablemente, el marketing ya no es una responsabilidad exclusiva del departamento que tradicionalmente se ha encargado de esa función. En los tiempos que corren parece que se requiere que toda la organización tenga una orientación hacia la función de marketing ya que los clientes y usuarios pueden hacer contacto con la empresa a través de cualquier departamento y lo que se está haciendo bien en un área se puede destruir en apenas unos segundos en otra área.

Esperamos que estos apuntes sirvan como una guía rápida para todas las personas que quieran aprender un poco más sobre Social Media.

**[Sergio F. Sosa Sánchez](#)**

**[Nubo Marketing](#)**

# Tips de Social Media para pequeños negocios

Este artículo está basado en «[10 Social Media Tips for Small Businesses](#)» de [Marc Schenker](#).

---

¿Por qué usar Social Media para tu negocio? Porque tus clientes y/o usuarios están allí. Adicionalmente, no se requiere de una gran inversión en dinero para tener buena presencia en las plataformas sociales.

A continuación presentamos algunos tips que pueden ser de utilidad para sacarle provecho a cada una de las diferentes plataformas sociales:

1. **Comienza con un plan:** así como toda empresa necesita un plan de negocios, tus acciones en Social Media dependen de una estrategia muy bien diseñada.
  1. Establece objetivos para tu presencia en las plataformas sociales.
  2. Lleva a cabo una cuidadosa auditoría de tu presencia en las plataformas sociales.
  3. Crea o mejora tus perfiles en cada plataforma social.
  4. Encuentra inspiración.
  5. Diseña un calendario de Social Media.
  6. Prueba, evalúa y ajusta tu estrategia de Social Media.
2. **Decide cuáles son las mejores plataformas para tu negocio:** no todas las redes sociales son buenas para tu negocio; además, no es conveniente que tengas presencia en todas las plataformas sociales.
3. **Conoce a tu audiencia:** determinar las características de tu audiencia es crucial. Sin esta información, puede que tu estrategia no sea coherente y perjudique a tu negocio en lugar de beneficiarlo. Debes conocer cosas como: edades, género, ubicación, objetivos, ingreso promedio, entre otros factores.
4. **Usa las plataformas sociales para promover tu negocio y vender tus productos:** esto no es tan simple como parece. Debes aprender a manejar el branding de tu marca de forma que tus clientes actuales y potenciales se sientan atraídos por tus productos y/o servicios.
5. **Incorpora imágenes, videos y gráficos cada vez que puedas:** muchas de las decisiones de compra se basan en el contenido visual de las publicaciones.
6. **Privilegia la calidad sobre la cantidad:** es mejor tener menos publicaciones que sean de alta calidad a saturar a tu audiencia con demasiadas publicaciones que no agregan valor.

7. **Usa las herramientas adecuadas:** esto te ayudará a ahorrar tiempo y sacarle más provecho a tus esfuerzos de marketing.
8. **Monitorea y responde a las diferentes conversaciones que se generan alrededor de tu negocio:** esto te ayudará a demostrar la personalidad única que tiene tu negocio. Además, demostrarás que tu marca es «humana y cercana».
9. **Programa tu contenido para que puedas dedicarle tiempo a «enganchar» a tu audiencia:** conversar con tu audiencia es lo que te ayudará a potenciar tus ventas.
10. **Encuentra inspiración en lo que hacen las marcas exitosas y en lo que sucede en el entorno de tu negocio:** aquí lo importante es que sepas adaptar esas estrategias y acciones a tu negocio. Si encuentras grandes ideas en tu entorno, puedes adaptarlas para tu negocio.

# Los 3 protocolos del Plan de Social Media

Compartimos un resumen que hicimos de tres posts publicados en el extinto blog [cafesyfotocopias.com](http://cafesyfotocopias.com) en el que se exponen cada uno de los protocolos que forman parte del Plan de Social Media.

Estos protocolos serán una guía que dejarán por escrito el qué, el cómo, el cuándo, el quién y el dónde de la estrategia de Social Media.

Los tres protocolos que se requieren son:

1. Protocolo de comunicación.
2. Protocolo de gestión.
3. Protocolo de crisis.

## **Protocolo de comunicación**

En este documento vamos a definir lo que comunicaremos en cada una de las plataformas de Social Media.

1. **Línea editorial:** aquí se plasman las características contextuales.
2. **Palabras clave (keywords):** son el conjunto de palabras asociadas con la marca y que deberemos utilizar en la ejecución del plan para conseguir mayor exposición y facilitar el posicionamiento orgánico a través de los buscadores.
3. **Lenguaje vehicular y lenguaje prohibido:** en esta parte definimos los idiomas que usaremos en las publicaciones y las palabras que nunca debemos usar. También podemos colocar aquí el público con el que no deberemos interactuar.
4. **Contexto y tono:** ¿cuál es el tono de nuestra marca? ¿Es coloquial o familiar? ¿Es sobrio o muy formal? También podríamos definir la «personalidad» de nuestra marca; ¿se parece a un hombre o a una mujer? ¿Es una persona joven?
5. **Hashtags, emoticones y otros recursos:** ¿cuáles son los hashtags que vamos a usar en nuestras publicaciones? ¿Vamos a usar algún hashtag propio? ¿Cuántos hashtags vamos a usar en cada publicación? ¿Vamos a usar emoticones? ¿Cuáles emoticones vamos a usar? ¿Algún otro recurso que pretendemos usar?

## Protocolo de gestión

En este documento vamos a establecer el quién (personas y sus roles y funciones), el cómo (metodología), el cuándo (calendarios, fases y frecuencia), el dónde (canales y plataformas) y el por qué (razones por las que hemos elegido estos parámetros y no otros).

1. **Creación y diseño de perfiles sociales:** abrir, diseñar y configurar cada uno de los perfiles que la marca usará para tener presencia en las diferentes plataformas sociales. Es muy importante establecer cómo serán resguardadas las claves de acceso de cada uno de los perfiles.
2. **Personas involucradas:** definir específicamente quiénes van a intervenir en la operación y cuáles serán los roles y funciones de cada una de ellas.
3. **Acciones:** especificar cada una de las acciones que se llevarán a cabo. Este apartado facilitará la operación en el caso de que tengamos que cambiar de Community Manager.
4. **Horarios y frecuencia:** establecer los tiempos en los que se realizarán las diferentes acciones y hacer el monitoreo de ellas. También debemos establecer la frecuencia con las que se realizarán cada una de las acciones.
5. **Acciones especiales y estacionales:** aquí incluimos las acciones que se realizarán en fechas especiales y también las que debemos ejecutar en determinados momentos.

## Protocolo de crisis

Podemos afirmar que estamos ante una crisis de Social Media cuando alguien hace un comentario negativo sobre nuestra marca o cuando cometemos un error en alguna de nuestras publicaciones. También se puede dar el caso de que la crisis esté originada por una mala atención en el punto de venta que no haya atendido de forma satisfactoria para el cliente y que éste recurra a las plataformas sociales para expresar su inconformidad.

El protocolo de crisis tiene dos funciones principales:

- Servir de guía para saber cómo actuar.
- Ayudarnos a anticipar las posibles críticas para disminuir su impacto.

Las crisis se pueden derivar de:

1. **Comentarios negativos:** quejas y reclamos relacionados con un producto o servicio.
2. **Ataques directos de personas influyentes:** debemos estar preparados con un conjunto de acciones y respuestas acordes con el nivel de influencia del usuario.
3. **Comentarios o quejas internas:** comentarios de trabajadores o ex-trabajadores de la empresa que podrían tener repercusión.
4. **Errores cometidos dentro de la empresa que se han hecho públicos:** pueden ser publicaciones con información errónea, desperfectos en productos, baja calidad, etc.

Lo esencial en todo protocolo de crisis es establecer la hoja de ruta a seguir en caso de que se presente cada tipo de crisis para que el Community Manager sepa cómo responder y a quiénes recurrir en el caso de que la situación sobrepase su nivel de responsabilidad.

# 12 pasos para el chequeo de tus acciones en Social Media

1. ¿Esta publicación es educativa o de entretenimiento?
2. ¿Es correcto el tono de la publicación?
3. ¿Es demasiado larga?
4. ¿Es correcta la URL?
5. ¿Deberíamos apuntar a una audiencia específica?
6. ¿Usamos las palabras clave adecuadas y los hashtags para maximizar la exposición?
7. ¿Cuántas veces hemos publicado hoy?
8. ¿Usamos el corrector ortográfico?
9. ¿Estaremos bien cuando nuestros seguidores vean esta publicación?
10. ¿Esta publicación es reactiva o está planificada?
11. ¿Hicimos el mejor uso del contenido visual?
12. ¿Hicimos el mejor uso de los textos?

# Community Managers y filosofía de gestión

Todo “**Community Manager**” debe estar involucrado con la “**Filosofía de Gestión**” de la organización a la cual le está prestando sus servicios. Esto quiere decir que debe conocer en profundidad la misión, la visión y los valores de esa organización. Debe saber muy bien por qué y para qué están en el mercado, hacia dónde se dirigen y cuáles son los principios, valores y normas que van a regir las conductas de los integrantes de la organización para lograr alcanzar sus objetivos corporativos a corto, mediano y largo plazo. Un “**Community Manager**” debe tener el “**ADN de la organización**” para la cual presta sus servicios.

La **visión** nos aporta sentido de dirección: ¿en dónde queremos estar dentro de 5, 10 y 15 años?

La **misión** nos da sentido de propósito: ¿para qué estamos en el mercado? ¿Qué es lo que sólo nosotros podemos ofrecer?

Los **valores** en las organizaciones permiten que sus integrantes interactúen de manera armónica. Los valores facilitan alcanzar objetivos que no serían posibles de manera individual (**Juan Carlos Jiménez**).

- ¿Cómo puedes incorporar estos conceptos sobre filosofía de gestión en tu desempeño como Community Manager?
- ¿Cuáles son los primeros pasos que tienes que dar para incorporar este conocimiento en tu gestión diaria?

# 10 habilidades esenciales de un Social Media Manager

Este artículo es una adaptación que hicimos del post «**8 Essential Skills a Social Media Manager Must Have**» del blog de **Hootsuite**:

1. **Escritura y edición:** independientemente de la plataforma social para la que estés escribiendo, las palabras son importantes. Una buena redacción y una excelente ortografía pueden potenciar el *engagement*, aumentar el alcance orgánico y ayudar a construir una marca inolvidable.
2. **SEO:** comprender el vínculo entre la optimización de los motores de búsqueda (SEO) y el alcance en las plataformas sociales puede ser algo confuso. Aunque no se puede hablar de causalidad, sí se puede afirmar que hay una **correlación** entre los resultados en Social Media y el posicionamiento web.
3. **Servicio al cliente:** de acuerdo a un estudio de **J.D. Power**, 67% de los consumidores usan las plataformas sociales para plantear preguntas específicas o para encontrar solución a sus problemas.
4. **Diseño y edición de fotos:** gracias a los smartphones, cualquier persona es un fotógrafo en potencia. Por esto es muy importante que un Social Media Manager tenga buen ojo para el diseño y la habilidad para reconocer y crear imágenes que fortalezcan la presencia de marca.
5. **Estadística y reportes:** tener la habilidad para demostrar el retorno de la inversión en redes sociales es esencial para cualquier Social Media Manager.
6. **Creación de videos:** se estima que el video ocupará cerca de 80% de todo el tráfico de Internet dentro de cuatro años. Un Social Media Manager debe tener la habilidad para optimizar videos para cada una de las plataformas sociales.
7. **Fundamentos de publicidad pagada:** comprender la relación entre el alcance orgánico y el pagado es de suma importancia para un Social Media Manager. En este punto es esencial saber cómo el uso de anuncios en redes sociales o el impulso de los anuncios orgánicos sirve para incrementar el alcance.
8. **Investigación y planificación:** un Social Media Manager aprovecha esto para no perder de vista todo el panorama y asegurar que los objetivos de Social Media están alineados con los objetivos del negocio.

# La esencia del marketing

Leemos el post «The essence of Marketing» en el newsletter de Chris Brogan y compartimos nuestro resumen:

- El marketing es sencillo pero nosotros lo estropeamos.
- La mayoría de las conversaciones sobre marketing versan sobre técnicas, metodologías y software.
- El verdadero marketing es como el amor: amas lo que hace tu empresa, amas cómo ayuda a las personas de alguna manera y sales y encuentras personas que necesitan lo que tu empresa hace y los ayudas a tomar decisiones.
- El marketing es sencillo: creas mercados y facilitas las compras de tus clientes, ¡eso es todo!
- El verdadero marketing no consiste en herramientas ni procedimientos.
- El verdadero marketing trata sobre cómo te conectas con las personas.
- Una receta sencilla: Marketing = Compromiso + Conexión + Servicio
- Aunque es una receta sencilla no es fácil de lograr porque requiere de mucho trabajo y enfoque.

# 7 C's del marketing en la era digital

## **1. Contenido**

1. Storytelling (saber contar historias que enganchen a tu audiencia)
2. Ingrediente principal de social media.
3. Un activo para la organización.

## **2. Contexto**

1. La temporalidad adecuada es esencial.
2. Tomar en cuenta la localización.

## **3. Comunidad**

1. Compartir el contenido de forma abierta.
2. Socialmente activos.
3. Las personas tienen el poder.

## **4. Colaboración**

1. Operación y co-operación
2. Dependientes del «crowd sourcing» y el «crowd funding».
3. Soporte de la innovación.

## **5. Comunicación**

1. Basada en los modelos «uno a uno», «uno a muchos» o «muchos a muchos».
2. Altamente conectada.
3. Alcance mundial elevado.

## **6. Capturas**

1. Soportadas desde los diarios digitales.
2. Expresión a través de videos.
3. Observar a personas y lugares.

## **7. Cambio**

1. Moverse por delante de la digitalización.
2. Decidir entre distinguirse o extinguirse.

# 10 formas para promover tu blog en redes sociales

Este artículo es una adaptación del [post](#) publicado por [Olsy Sorokina](#) en el [blog](#) de [Hootsuite](#).

---

Compartir nuestros posts en diferentes canales sociales puede ayudarnos a atraer nuevos lectores para nuestro blog y agregar valor a los lectores actuales. Presentamos algunas ideas para promover nuestro blog en las redes sociales:

1. **Incluye un enlace a tu blog en cada uno de los perfiles que tienes en redes sociales:** la visualización de tu blog es muy importante y las redes sociales representan una excelente forma para dar a conocer tu blog. También es muy importante determinar si desarrollarás una estrategia de [email marketing](#) para tu blog.
2. **Programa tuits para llevar tráfico a los posts de tu blog:** sabemos que es imposible dar una descripción detallada de tus posts en 280 caracteres pero tuitear un enlace a ellos es una excelente forma de dar a conocer cada una de tus nuevas publicaciones a tu audiencia. Para promover tus posts en Twitter la mejor práctica es redactar y [programar tuits](#). Esto te permite [escribir tuits de forma estratégica](#), incluyendo todos los elementos necesarios (hashtags, menciones, fotos, videos, etc.) para lograr el mayor *engagement* posible. Recuerda que es muy importante usar un [acortador de enlaces](#) para sacar mayor provecho a los caracteres disponibles en Twitter.
3. **Programa publicaciones en Facebook:** algunos estudios realizados por especialistas han mostrado que las [publicaciones que cuentan historias](#) tienen un mejor desempeño que los anuncios publicitarios y materiales promocionales de las marcas. Al igual que en Twitter, [programar publicaciones en Facebook](#) es una buena práctica. Recuerda no publicar el mismo contenido en Facebook y Twitter de forma que tu audiencia no sienta que eres un spammer.
4. **Publica tu contenido en Pinterest:** además de ser una [gran herramienta para las empresas](#), Pinterest nos ofrece una gran plataforma para organizar el contenido de nuestro blog por temas. Una buena práctica consiste en crear tableros específicos para los temas más populares de tu blog.
5. **Comparte el contenido de tu blog en grupos de LinkedIn:** la mejor forma para promover tu blog en LinkedIn es compartiendo contenido en [grupos relevantes](#). Busca grupos en LinkedIn que sean

relevantes para tu sector. Ten cuidado de no saturar esos grupos con el contenido de tu blog. Participa en la conversación pero no abrumes a los miembros del grupo con demasiado contenido.

6. **Promueve el contenido de tu blog en los Grupos de Facebook:** al igual que en los grupos de LinkedIn, los grupos de Facebook conectan grupos de usuarios que comparten intereses similares. También nos sirven para encontrar nuevos lectores. Al igual que en LinkedIn es muy importante que no satures al grupo con tus publicaciones.
7. **Organiza Twitter Chats:** Twitter es una excelente plataforma para conectar con personas en tiempo real y hacer seguimiento de las conversaciones a través del uso de un hashtag específico para el chat. Adicionalmente, los Twitter Chats son públicos y todos los tuits son muy fáciles de encontrar por cualquier usuario. Recuerda incluir [enlaces](#) a tus posts cuando quieras ilustrar algún punto.
8. **Organiza un Hangout de Google:** una forma mucho más personal para conectar con tu audiencia es a través de un [Hangout de Google](#). Selecciona un tema que sea de mucho interés para los lectores de tu blog e invítalos a conversar en tiempo real. De esta forma no sólo promocionas el post que generó el debate, sino también otros posts relacionados.
9. **Usa foros para compartir el contenido de tu blog:** muchas personas leen blogs para encontrar respuestas a algunas preguntas o soluciones para problemas que se les presentan. Cuando participas en foros, tienes la oportunidad de conocer cuáles son las preguntas y los problemas que otras personas plantean y eso te permite compartir tus posts y alcanzar nuevas audiencias. Además, participar en esos foros te puede ayudar a encontrar ideas para escribir nuevos posts.
10. **Crea campañas de social media para encontrar nuevos lectores:** dale a las personas más razones para visitar tu blog creando [campañas de social media](#) específicas.

Visita el [blog](#) de [Hootsuite](#) para obtener mayor información sobre estos temas.

# 6 cosas que debes dejar de hacer en redes sociales

Leemos el post «**6 things you need to stop doing on social right now**» en el blog de **Hootsuite** y compartimos algunas ideas que encontramos:

1. **Usar demasiados hashtags:** esto puede hacer que vean que tu marca es spammer o que estás desesperado al usar hashtags que no son relevantes para tu marca. Aunque ganes seguidores, puede que no sean los seguidores adecuados para tu marca.
2. **Saltar de tendencia en tendencia:** sólo porque haya mucho ruido alrededor de un tema, no quiere decir que tu audiencia está interesada en él. Si esos temas no son relevantes para tu marca y tu audiencia, tus esfuerzos se diluirán y tu audiencia se alejará de tu marca.
3. **Publicar el mismo mensaje en todas las plataformas:** no todas las plataformas son adecuadas para el mismo tipo de contenido. Adicionalmente, cada audiencia vive en distintas redes sociales.
4. **No responder a tu audiencia:** las redes sociales consisten en comunicaciones de doble vía. No es un lugar para hablar de lo grandiosos que son tus productos y servicios; las plataformas sociales son un lugar para que las personas encuentren e interactúen con tu marca.
5. **Mantener «privadas» tus cuentas en redes sociales:** ¿estás ocultando algo? ¿No crees que la presencia en las plataformas sociales es importante? Esta práctica sólo hace que se alejen los seguidores potenciales de tu marca.
6. **Enviar mensajes automáticos de agradecimiento:** esta es una práctica que luce muy impersonal. Además, nadie quiere hablar con un robot.

# Decálogo de uso correcto de un grupo de Whatsapp

En la actualidad, participamos en varios grupos de Whatsapp. Con demasiada frecuencia, se hace un mal uso de estos grupos de Whatsapp.

1. ¿Por qué y para qué creamos el grupo de Whatsapp?
2. No abordes temas personales. Tampoco te desvíes de la temática que es la razón de ser del grupo.
3. Cuando necesites conversar con una persona específica dentro del grupo, lo recomendable es que se escriban en privado fuera del grupo.
4. Aporta a los temas relacionados con la razón de ser del grupo.
5. No tienes que contestar a todo con emoticones o frases repetidas.
6. En general, ninguna persona discute contra sus propias creencias; por favor, respete las creencias del resto de los integrantes del grupo.
7. No alimente a las personas que disfrutan propiciando discusiones estériles.
8. La esencia del grupo es conversar sobre los temas de interés común. No haga publicidad.
9. Whatsapp es una herramienta de mensajería; no escriba textos demasiado extensos; respete el tiempo y el ancho de banda de los demás (recuerde que usted no paga la factura telefónica del resto de los integrantes del grupo)
10. Recuerde que el resto de los integrantes del grupo pueden estar ocupados en sus propias labores; por favor, no publique mensajes cada 5 minutos.

# Sobre Nubo

Somos un grupo de personas dedicadas a ofrecer servicios profesionales de aprendizaje organizacional, marketing digital, gestión de sitios web y blogs y gestión de presencia de marcas en redes sociales.

Nuestros servicios:

- Consultoría en aprendizaje organizacional
- Consultoría en marketing digital
- Gestión de redes sociales
- Coordinación de sitios web
- Desarrollo de sitios web y blogs
- Asesoría en iniciativas web

**¿Tienes preguntas, dudas o comentarios? Por favor, completa el siguiente formulario y atenderemos tu solicitud:**

<https://nubo.com.ve/contacto/>

**También te invitamos a unirte a nuestro grupo en Whatsapp:**

<https://chat.whatsapp.com/JIb5E0tM7MWEs0NMOrSXHS>

Más artículos en: <https://nubo.com.ve/>