

A close-up photograph of a human hand reaching out, with the index finger pointing towards the left. Overlaid on the image is a network diagram consisting of several circular nodes of varying sizes connected by thin, light-colored lines. The background is a soft, out-of-focus gradient of green and blue. The text is centered in the upper half of the image.

Emprende con
arsys

Cómo usar las redes sociales en tu *startup*

emprendeconarsys.blog



- **¿Conoces el poder de las redes sociales para viralizar tu empresa y ganar visibilidad?** Te descubrimos todos los secretos.
- Aprende a utilizar Facebook, Twitter, LinkedIn o Youtube como un auténtico *community manager* con herramientas de medición y publicación.

Parece que lo que no está en las redes sociales no existe y, a veces, puede ser cierto, pero antes de lanzarte al mundo del *Social Media* es necesario que te hagas dos preguntas:

¿Tus clientes utilizan las redes sociales? ¿Qué redes sociales utilizan?

Es posible que tus clientes sean personas de edad avanzada que tienen dificultades a la hora de usar las redes sociales o que se trate de jóvenes nacidos en la era digital, estén hiperconectados y utilicen todos los días las redes sociales. Para llegar a cada cliente existe un medio adecuado.



5 trucos para utilizar las redes sociales

Las redes sociales pueden ser útiles en muchos aspectos de tu negocio:

- **Encontrar nuevos clientes.**
- **Crear una buena imagen de marca.**
- **Aumentar las ventas.**
- **Incrementar la visibilidad de tu empresa.**
- **Formar una comunidad de seguidores.**
- **Analizar a la competencia.**
- **Mejorar la atención al cliente.**

Para lograr todos estos objetivos puedes seguir los siguientes trucos:

1. Alinea tu estrategia digital y de redes sociales

Uno de los pilares de la **estrategia digital** que plasmes en tu plan de marketing está compuesto por las redes sociales, por lo que no te puedes lanzar a utilizarlas sin saber qué papel van a jugar y qué objetivos quieres lograr con cada red. ¿Captar seguidores? ¿Vender tus productos o servicios?

2. Elabora tus perfiles de empresa de forma profesional

Una vez que tengas claro qué metas quieres conseguir con cada red y dónde está tu público objetivo, es hora de crear los perfiles de tu empresa. Ten en cuenta que el diseño y las fotos deben dar una buena imagen profesional y ser coherentes con la web de tu compañía y con la cultura corporativa.



3. Publica y también espía

La idea central es que cada vez que hagas una publicación en las redes sociales sea con información de valor para tu público objetivo. El contenido puede provenir de tu blog o de páginas o blogs de terceros. Además, tendrás que tener un calendario de publicaciones para cada red.

En LinkedIn o en una página de Facebook puedes publicar una vez al día, y en Twitter puedes publicar unas 5 veces al día. Es aconsejable que las publicaciones lleven *hashtag* (ejemplos: #redessociales; #tecnología) relativas al tema del que hablas, para que se clasifiquen y los usuarios puedan encontrar tus publicaciones.

Una buena opción para definir tu estrategia es ver lo que hacen tus competidores y coger ideas sobre lo que les funciona y lo que no.

4. Averigua cuándo se conecta tu público

El horario de las publicaciones es importante para lograr tener una mayor repercusión. Si tu público está en España averigua cuándo hay más personas conectadas. Lo que puedes hacer es probar a publicar en distintos horarios y luego ver qué publicaciones han tenido más visualizaciones y a qué hora se publicaron.

5. Ten previsto qué hacer en casos de crisis de reputación

No son pocas las veces que una empresa mete la pata con una publicación en una red social y se genera revuelo. Ten mucho cuidado con temas como la política o la religión y, sobre todo, con el tono y el modo con el que tratas a tus clientes.

Para evitar las consecuencias negativas de un error en redes sociales, puedes elaborar un protocolo de actuación en estos casos: qué acciones se van a realizar, en qué momento y por quién. Lo aconsejable es pedir perdón y dar las explicaciones que sean necesarias, además de publicar contenido positivo sobre tu empresa.



¿Cómo conseguir que tu contenido se haga viral

Todos soñamos con que un día compartamos algo en las redes sociales, lo vea todo el mundo, se viralice y nuestra empresa tenga éxito. Lograr eso es complicado, pero no imposible. Se debe partir de varios elementos esenciales:

- **Crear una comunidad de seguidores.** Es muy complicado que se viralice un contenido si tienes 40 seguidores en Twitter o Facebook. Con los contenidos que compartas y con la gente que vayas siguiendo se irá creando una comunidad de usuarios que será una buena base para un lanzamiento de algo viral.
- **Calidad del contenido.** Lo que compartas, si quieres dar una buena imagen, debe ser de valor. Puede tratarse de un vídeo de un minuto, una infografía o un post, pero siempre debe ser interesante para tu comunidad de seguidores y aportarles información relevante.
- **Brevedad y humor como ingredientes secretos.** El humor tiene un gran poder viralizador. No exageres y utiliza un humor inteligente e irónico. Además, tu contenido tendrá que ser breve (si haces un vídeo, basta con un minuto o dos) y captar la atención con un buen título.

Herramientas para medir tu impacto en redes sociales

Hacer todo el trabajo que hemos detallado y no medir el impacto no tiene mucho sentido. Para medir lo que haces en las redes sociales tienes varias opciones:

- **Twitonomy**. Es una herramienta gratuita que te ayuda a conocer la repercusión de tus tuits, menciones y retuits. Además, podrás descargar la información en una hoja de Excel para poder analizarla.
- **Hootsuite**. Con su versión gratuita podrás gestionar varias redes sociales a la vez y programar publicaciones. Además, obtendrás análisis básicos del comportamiento de tus publicaciones en redes sociales.
- **Google Analytics**. Seguro que has escuchado hablar de esta herramienta y la tienes instalada en tu web o blog. Es una forma muy sencilla de conocer qué redes sociales funcionan mejor y cómo se comportan tus seguidores.
- **Métricas de la página de Facebook**. Para lograr ver las métricas de la página de Facebook de tu empresa debes tener, al menos, a 30 seguidores. Podrás analizar el impacto de cada publicación, qué funciona mejor y cuáles son los mejores horarios para publicar.

Las redes sociales pueden ser un elemento fundamental en tu estrategia de marketing online, simplemente tendrás que tener claro cómo utilizarlas, ser constante y aprender de cada resultado que obtengas.

Emprende con **arsys**

emprendeconarsys.blog



www.arsys.es



facebook.com/arsys.es



twitter.com/arsys



linkedin.com/company/arsys-internet

Contenidos avalados por

