

Comparte en tu web

Iníciate en las Redes Sociales

Índice

1. ¿Qué son las Redes Sociales?
2. ¿Para qué sirven las Redes Sociales en tu negocio?
3. ¿Qué puedes contar en una Red Social?
4. Algunos consejos prácticos para tus Redes Sociales
5. Incorpora tus Redes Sociales con webmaker
Herramientas de movilidad e interactividad
(encuestas, foros...)
Consigue tu cupón para anunciarte en Facebook

1. ¿Qué son las Redes Sociales?

Resulta difícil realizar una definición precisa de lo que es una red social, ya que existen muchas redes sociales, tanto abiertas como para un público más especializado, y utilizan distintos formatos y características técnicas. Incluso existen empresas que tienen sus propias redes sociales y otras que han tenido más éxito en un país o en otro.

La Wikipedia define las redes sociales como “estructuras sociales compuestas de grupos de personas, conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos” http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social

Trasladado a Internet, el término Red Social se aplica generalmente a las páginas web en las que unos usuarios relacionados entre sí intercambian cualquier tipo de información (texto, fotos, vídeo, enlaces...), gracias a aplicaciones online muy fáciles de utilizar.

Algunas de las redes sociales más utilizadas hoy en día son:



FACEBOOK

Con unos mil millones de usuarios en el verano de 2012, Facebook es una de las redes sociales más extendidas en todo el mundo. Fundada en 2004 en la universidad norteamericana de Harvard, inicialmente era una herramienta para los estudiantes del campus que les permitía intercambiar apuntes y reunirse. Hoy, está abierta a todos los internautas y permiten compartir enlaces, vídeos, convocatorias, fotografías...

Más información y cómo darse de alta en www.facebook.com



GOOGLE +

Es la red social de Google, el buscador más utilizado en todo el mundo. Está muy integrado con otros servicios de la compañía y tiene funcionalidades propias.

Más información y cómo darse de alta en plus.google.com



TWITTER

Se caracteriza por la inmediatez de los contenidos, ya que se pueden publicar mensajes de un máximo de 140 caracteres. Esto lo ha convertido en una red social muy popular y con un crecimiento exponencial por su facilidad de uso al compartir enlaces, comentarios o incluso frases ocurrentes. Conviene tener en cuenta que tiene un lenguaje propio (caracterizado por

los hashtag o #) y que no tiene por qué estar limitado a texto, ya que no resulta difícil publicar fotografías, vídeos o presentaciones.

Más información y cómo darse de alta en www.twitter.com

Estos son sólo algunos ejemplos, pero hay más (LinkedIN, Tuenti, Pinterest...) y todas ellas incorporan nuevas funcionalidades y usuarios todos los días. ¿A qué esperas para crear tu cuenta en una de ellas?



2. ¿Para qué sirven las Redes Sociales en tu negocio?

Las redes sociales son servicios **gratuitos y muy fáciles de utilizar** y, lo que es más importante para las empresas: **generan vínculos muy fuertes con los clientes**, basados en la confianza y llevan visitas a nuestra página web o blog.

Esto se debe a que Internet es uno de los medios más influyentes que utilizan los consumidores en los **procesos de compra o contratación**. Actualmente, se calcula que, una de cada dos compras, está influida por las búsquedas de información en Internet. Y dependiendo del tipo de producto, su importe y el perfil del comprador, este porcentaje se sitúa muy por encima. Por ejemplo, en el caso de los viajes o de los coches, es raro que el consumidor no busque información en la web.



Además, se trata de un grado de influencia que puede multiplicarse por la relación de confianza o amistad entre los usuarios de las redes sociales. Gracias a los miles de millones de personas que utilizan las redes sociales e intercambian información, **las redes sociales han trasladado a Internet el tradicional boca a boca** entre conocidos que se preguntan: “¿dónde comprarías estas zapatillas?” o “¿qué abogado me recomiendas?”. Preguntas que cualquier zapatería o abogado querrían contestar para captar nuevos clientes.

Como negocio, también podemos ganar la confianza de nuestros seguidores y potenciales clientes en las redes sociales. Para conseguirlo, podemos utilizar las redes sociales para **publicitar** nuestras novedades y productos o dar a conocer noticias de actualidad de nuestro sector, sin apenas tener que destinar tiempo o dinero. Y, por supuesto, **atender dudas** de clientes sobre nuestros productos y ofrecer un servicio posventa que permita fidelizar a nuestros clientes.

A partir de esta base, una red social puede aportarnos ventajas casi ilimitadas para un negocio. Por ejemplo, realizar una **promoción puntual** para un perfil determinado de clientes o **invitar** a la inauguración de una oficina.

3. ¿Qué puedes contar en una Red Social?

Sin ser conscientes, en muchas ocasiones desperdiciamos oportunidades de negocio que nos puede traer Internet y, las redes sociales, pueden ayudarnos a aprovecharlas.



Es habitual que contactemos con un cliente para ofrecerle un producto por el que nos preguntó en su día pero que no teníamos disponible en ese momento y que nos ha llegado a la tienda con el último pedido. Esto mismo podemos hacerlo en las redes sociales fácilmente y de forma extensiva para más usuarios. Por ejemplo, si nos ha llegado un libro nuevo a nuestra librería o si tenemos un plato nuevo en nuestro menú del día, **¿por qué no publicarlo en redes sociales para darlo a conocer?** Si sabemos que le interesará a un cliente, le puede interesar a más.

Esto mismo se puede aplicar a prácticamente cualquier sector y con trabajos ya realizados. Por ejemplo, si acabamos de finalizar una reforma, **¿por qué no publicamos unas fotografías en nuestra página en Facebook?** Esto puede atraer el interés de potenciales clientes que se estén planteando realizar una reforma parecida.

Al usar las redes sociales en nuestro negocio, tenemos que ser conscientes de que son extensiones de nuestras habilidades comerciales. Una buena manera de saber si publicar o no una actualización de estado es preguntarse: **¿esto se lo comentaría a un potencial cliente en una reunión?, ¿le enseñaría esta fotografía?, ¿le explicaría que está hecho a mano y cómo?...**

4. Algunos consejos prácticos para tus Redes Sociales

La mejor manera de sacar partido a una red social es acostumbrarnos a utilizarla con asiduidad y **ver cómo lo utilizan los nuestros seguidores.**

No obstante, sí que hay algunos aspectos que conviene tener en cuenta y que pueden aplicarse a cualquier red social:

- Los textos de una red social están **más cercanos a la comunicación oral** y a la conversación que a lo que escribimos en una carta comercial.
- **Responde a los usuarios.** Cuando tus usuarios tengan dudas y recurran a ti, responde, y hazlo tal y como harías al tratar con un cliente que entra en tu negocio y te formula una pregunta. No dejes a los usuarios desatendidos o difícilmente volverás a ganarte su confianza.
- **Cualquier persona pueda leer los comentarios.** Aunque tengan opciones para enviar mensajes privados y distintas opciones de seguridad, lo más habitual es que las redes sociales sean totalmente públicas para cualquier internauta.
- Es importante aprender a **aceptar las críticas.** Las redes sociales se basan en la opinión de los usuarios, pero debemos aprender a encararlas y ser receptivo con los comentarios que nos dejen.
- **Actualiza con frecuencia.** Las actualizaciones frecuentes de estado generan interactividad con los usuarios, favorecen la confianza del usuario y propician la captación de los seguidores. Un buen truco es acostumbrarse a actualizar nuestras redes sociales a primera hora de la mañana, cuando los internautas acostumbran a ver sus redes sociales y correos personales.
- Cada red social tiene **distintas características y funcionalidades.** Investiga y prueba sin temor. En Twitter, por ejemplo, es habitual utilizar “etiquetas” denominadas hashtag e identificadas con un símbolo # para clasificar las publicaciones por temas.
- **Personaliza** tu página en la red social. Fácilmente, podrás cambiar el diseño e imagen con los de tu logotipo para transmitir una imagen acorde a la que tiene tu negocio. Si es posible, utiliza también un nombre en las redes sociales igual o parecido al de tu página web.
- **Vincula.** Enlaza tu página web y tus distintas redes sociales, pero publicar también enlaces a noticias y medios que lees.

5. Incorpora tus Redes Sociales con webmaker

Los usuarios buscan Información e Internet y la encuentran no sólo en nuestra página web, también en medios de comunicación, foros, directorios de empresas... Y, por supuesto, redes sociales. Por eso, **tenemos que tener en cuenta nuestra identidad digital**. Es decir, el rastro que cada usuario de *Internet* deja en la Red. Esto es algo que podemos comprobar de forma sencilla buscando el nombre de nuestra empresa en cualquier buscador y activando distintas opciones. Los resultados nos llevarán fácilmente a distintos tipos de páginas web o redes sociales; no sólo a nuestra página web.



Entre esos resultados, destacan cada vez más las redes sociales debido a su cada vez mayor peso en la World Wide Web y a su grado de influencia en los procesos de compra. Por este motivo, debemos aprovechar el potencial de las redes sociales en la construcción de nuestra identidad digital.

Debemos intentar que nuestras distintas páginas o redes sociales estén relacionadas entre sí. Esto no sólo transmitirá a los internautas una imagen de accesibilidad y modernidad de nuestro negocio, también nos permitirá que nuestra página web esté actualizada con mayor asiduidad, ya que generalmente, modificaremos nuestro estado en las redes sociales con más frecuencia que nuestra propia página web.

Una manera apropiada, y fácil de aprovechar el contenido de las redes sociales en nuestra web es integrarlo. Esta es precisamente algo que podemos hacer fácilmente con webmaker y su funcionalidad *de Integración de redes sociales*.

No tendremos que volver a escribirlos ni mucho menos: automáticamente podremos poner un apartado en nuestra página en el que aparezcan nuestras actualizaciones en las redes sociales. Basta acceder a **Administrar contenidos** de nuestra web en webmaker y seleccionar la red social que queremos integrar automáticamente.



Herramientas de movilidad e interactividad (encuestas, foros...)

Como habrás comprobado como usuario particular, **la interactividad es uno de los aspectos más atractivos de una página web** y nos invitan a volver a visitarla con frecuencia, fidelizándonos como usuarios.

Ya hemos visto que tenemos que ser interactivos en nuestras redes sociales y responder a las preguntas que nos formulen los usuarios en los usuarios. También hay que tener en cuenta que es posible que esos comentarios no estén exclusivamente en nuestras propias redes sociales, sino que sean actualizaciones de estado en las páginas personales de los internautas.

Para ver qué están diciendo de nosotros en las redes sociales, existen distintas **herramientas de monitorización**, que nos permiten buscar con palabras clave. Suelen ser aplicaciones gratuitas e incorporadas en las propias redes sociales y buscadores, aunque también hay opciones de pago.

En Internet podrás encontrar también aplicaciones útiles para gestionar tus cuentas en las redes sociales desde **dispositivos móviles**. Las principales redes sociales tienen su propia aplicación gratuita para móviles y así podremos hacerlo en cualquier momento y lugar. Incluso hay herramientas para gestionar distintas redes sociales y cuentas sin tener que entrar en cada una por separado.

Para favorecer la interactividad, nuestra página web también puede incluir elementos como encuestas y foros desde la opción Administración de contenidos de webmaker. Así, por ejemplo, podríamos hacer una encuesta para, saber cuántas unidades de un nuevo libro deberíamos pedir a la editorial o qué plato podríamos incorporar a un menú.

Consigue tu cupón para anunciarte en Facebook

arsys te ofrece un cupón para dar a conocer tu proyecto a los millones de usuarios que usan **Facebook**

Con este cupón podrás crear tus anuncios, hacerlos visibles al público que más te interesa (podrás segmentarlos por ubicación, edad, intereses...) y, además, conseguirás aumentar la repercusión de tu proyecto utilizando el botón “Me gusta” de **Facebook**:

- Cupón de **30€** incluido en **webmaker Essential** y **webmaker Unlimited**
- Cupón de **50€** incluido en **webmaker Marketing Pro**

Pon en marcha tu campaña en **Facebook** canjeando el cupón que te ofrece **arsys**:

1. Crea tu anuncio [aquí](#), ve a la opción "Ad Review" y verifica tu campaña y su presupuesto. Luego haz clic en "Realizar pedido" para seleccionar el método de pago
2. Si eliges tarjeta de crédito, selecciona la opción "Tengo un cupón", copia el código que te ha enviado arsys y luego haz clic en "Enviar"
3. Si eliges como pago PayPal, agrega tu cuenta y ve a la sección "Fuentes de Financiamiento", pulsa en "Agregar una Fuente de financiamiento" - "Cupón anuncio Facebook", inserta el código que te ha enviado arsys y haz clic en "Enviar"

Tienes toda la información sobre el uso del cupón de Facebook [aquí](#).