

---

# Curso para Community Managers

Diana Reyes  
@Tifis

# ¡Hola, futuros CM's!

---



# Las posibilidades laborales con este curso

---



---

**(Script explicando cómo  
funcionan las redes -  
chunking)**

# Beneficios y objetivos de las redes sociales

---

---

# Beneficios de las redes sociales

- Exposición y reconocimiento
- Ventas
- Tráfico hacia un sitio web
- Branding
- Posicionamiento en buscadores
- Seguidores

---

# Objetivos de las redes sociales

- Entretener
- Informar
- No vender directamente
- Dirigir tráfico
- Conversar

# Todo forma parte de una estrategia



# Estrategia digital

---

# Todo forma parte de una estrategia



# El proceso de conversión



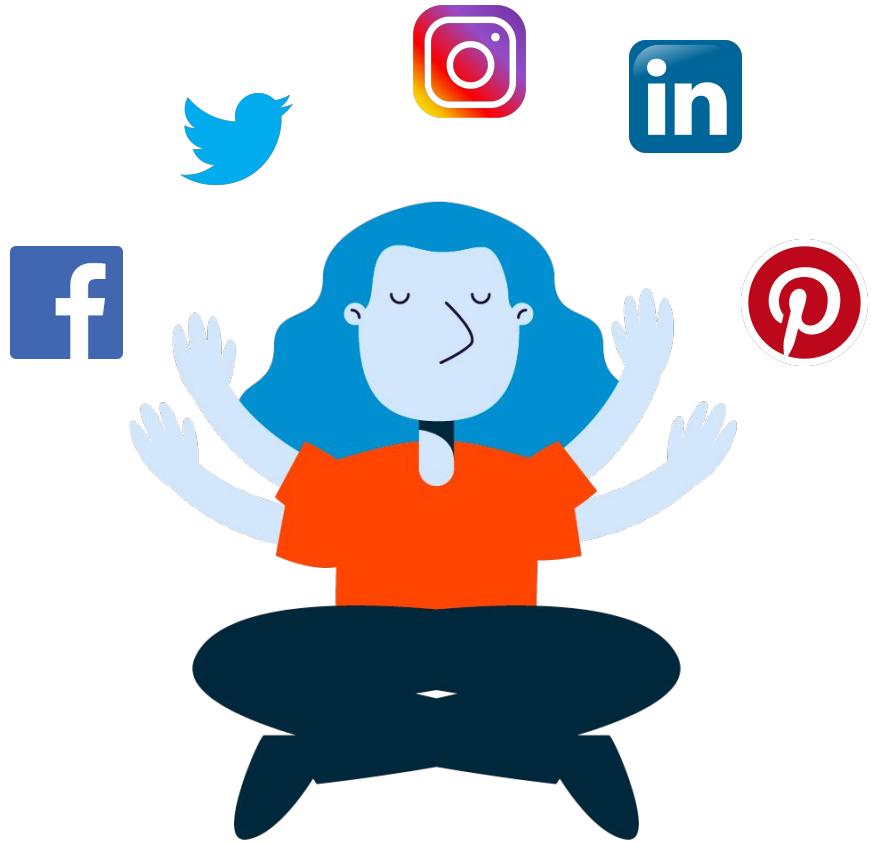
# EI Community Manager

---

---

# Community Manager

- Es el puente entre el cliente y la comunidad
- Es responsable de la voz de la marca
- Escucha



# Community Manager

vs

# Social Media Manager

Ejecuta la estrategia

 Publica contenidos en RRSS

 Monitoriza contenidos

 Traduce a la voz de la marca

 Interactúa con la audiencia

Crea la estrategia



Conoce las tácticas del mercado



Crea la estrategia



Lidera crisis de reputación

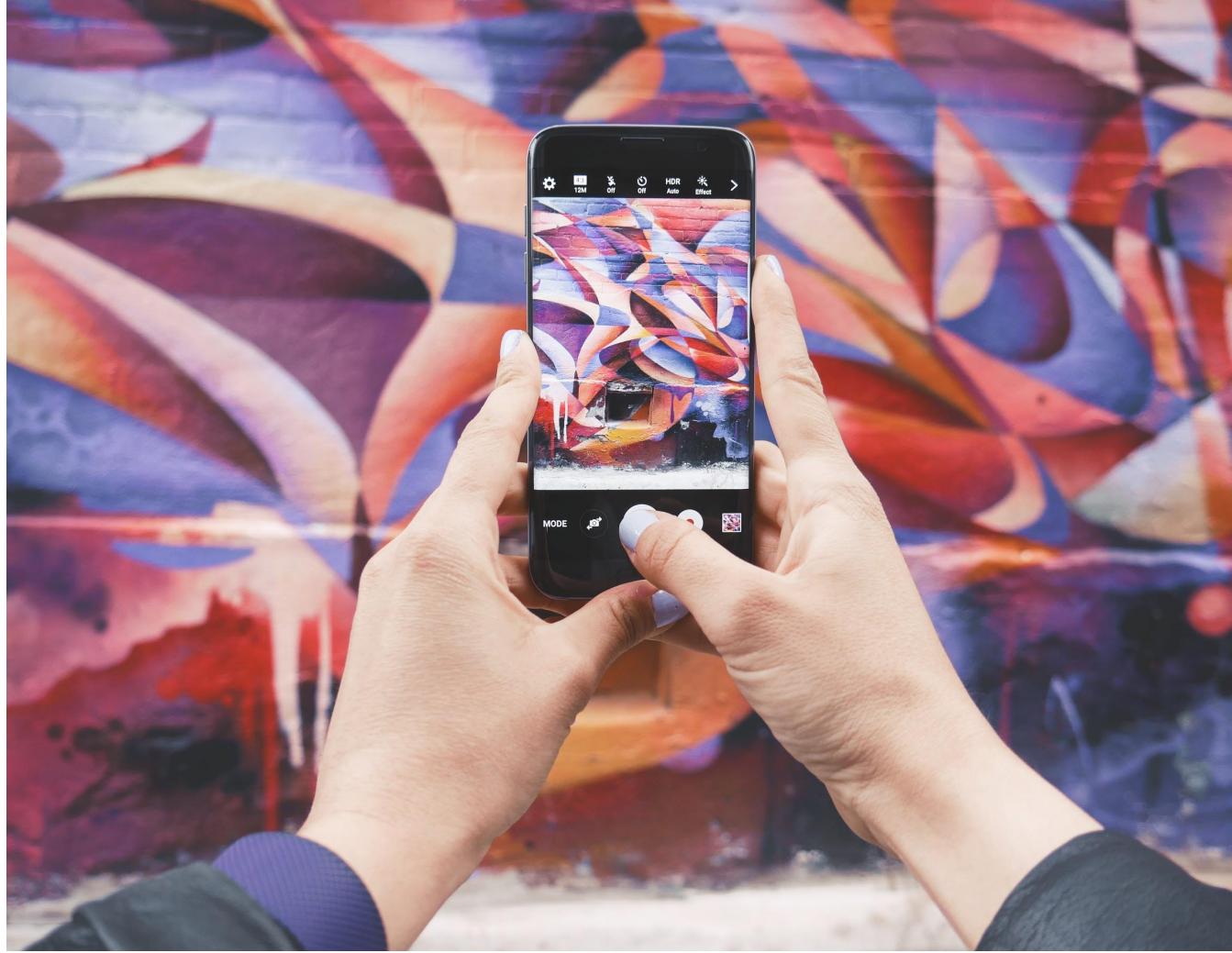


Define y segmenta el público objetivo

---

# Características de los CM's

- Excelente redacción y habilidad de copywriting
- Marca personal
- Tiene habilidades sociales
- Tiene habilidades técnicas
- Tiene conocimientos de marketing
- Lee e investiga sobre tendencias
- Es neutro, ético, paciente
- Mide sus avances y establece KPI's
- Es constante

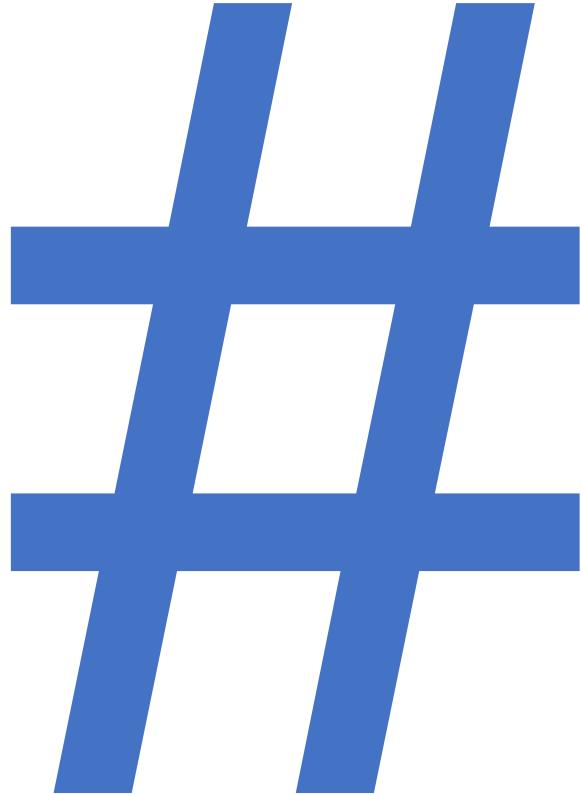


**El teléfono móvil:  
nuestra mano derecha**

---

# Plataformas de redes sociales

---



Hashtag



- Post en texto, imagen, encuestas y video
- Permite geolocalización
- Uso de HT
- Trending Topics
- Momentos



Tweets 29,5 mil Siguiendo 147 Seguidores 85,1 mil Me gusta 8.772 Listas 6 Momentos 3

## Platzi

@platzi

Platzi es el más grande esfuerzo de educación online en español, llevando conocimiento profesional de calidad y accesible. Ganadores del Venture Award



📍 USA, España & Latinoamerica

🔗 [platzi.com](http://platzi.com)

📅 Se unió en agosto de 2009

🖼 5.298 fotos y videos



### Tweets

### Tweets y respuestas

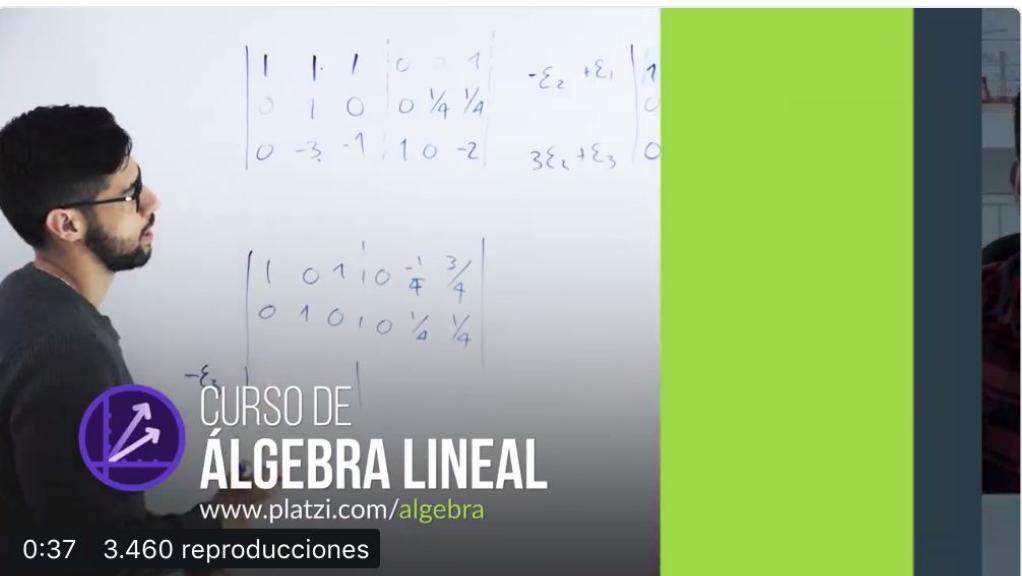
### Multimedia

Tweet fijado



Platzi @platzi · 15 may.

En Mayo no pares de aprender, conoce los cursos que se sumarán a tu suscripción:



13

14

95

||



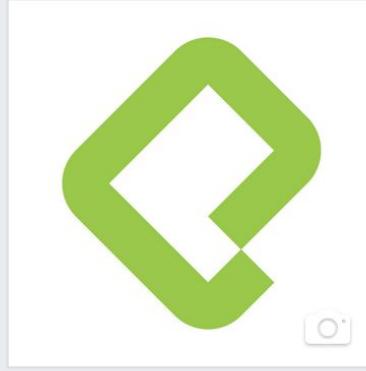
Platzi @platzi · 5 h

¿Cuántos e-mails de actualización de privacidad te han llegado la última semana? Te explicamos lo que está sucediendo: [platzi.com/blog/que-es-gd...](http://platzi.com/blog/que-es-gd...) #GDPR

---

 **Facebook**

- Es la red social más grande del mundo
- Post en texto, imágenes, historias, video
- Tiene reacciones
- Permite geolocalizar
- Se enfoca en Ads



Platzi ✓  
@platzi

Home

About

Videos

Photos

Events

Notes

Posts

Shop

Jobs

Community

Promote

Manage Promotions

2

Videos

Estamos desarrollando en Unity 2D



Create MainScene  
Main Camera  
PlatzTileset  
CM vcam1  
Player  
Enemies  
Collectables

FILE VARIABLE CODE ENVIRONMENT RESOURCES

Current Folder Name

Command Window

New to MATLAB? See resources for [Getting Started](#).

fx Trial>> ones

Details

Workspace

Name

a

ans

b

CURSO DE  
ÁLGEBRA LINEAL

Like Following Share ...

Sign Up

Create a Post



Write something on this Page...



5 Drafts

Last draft modified Friday, April 6 at 2:28pm. [See drafts](#).



0 Videos Added This Week You Can Crosspost

1 video available to crosspost. [See video](#).

Education



¡Ganamos los Venture Awards!

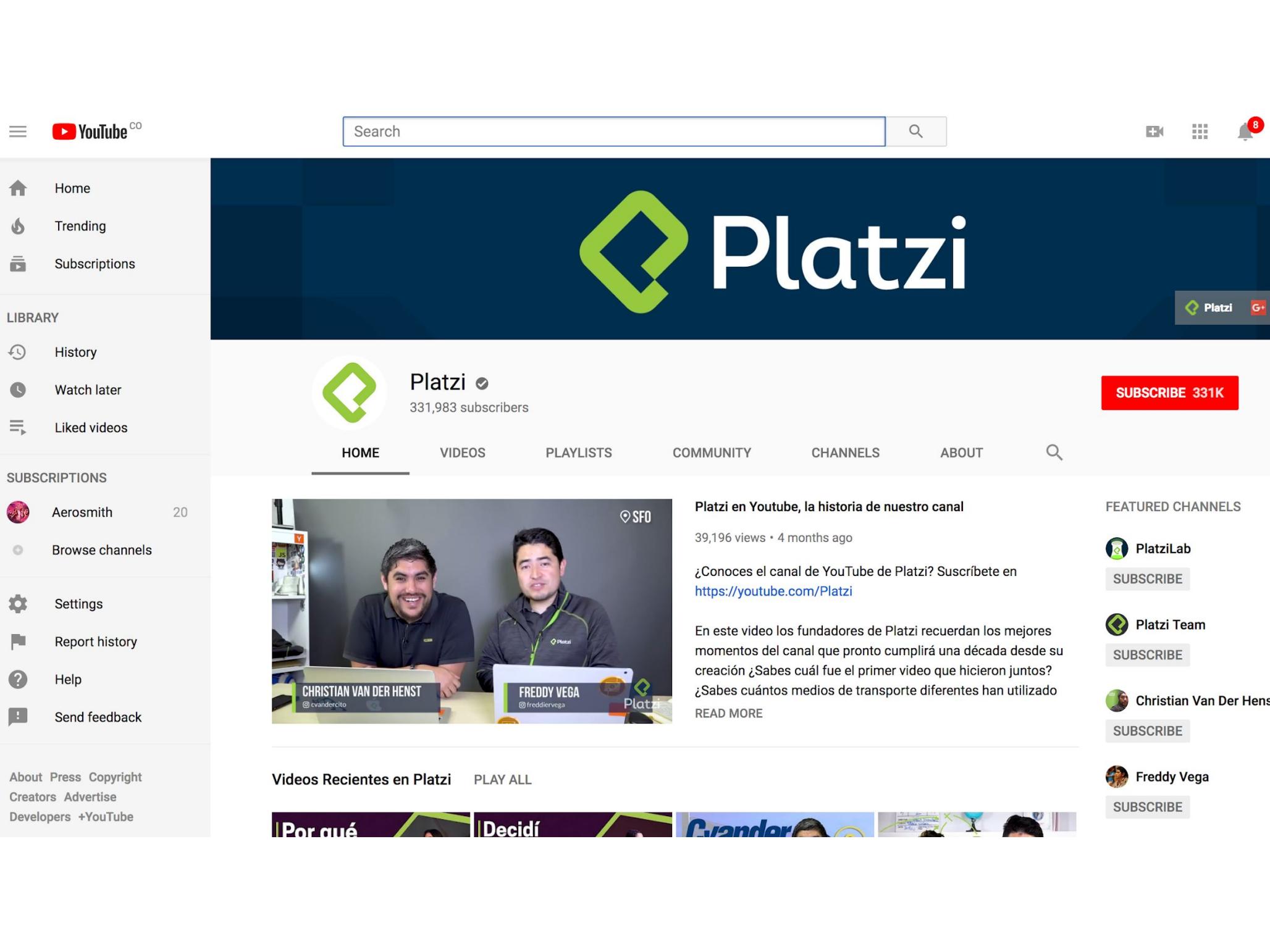
¡Somos reconocidos como una de las mejores plataformas de educación de todo el mundo! Participaron 6...

[See More](#)



# Youtube

- Es una red social "no social"
- Formato video y post
- El contenido se filtra por categorías
- Formato de suscripción
- Like, comentarios, share





# Instagram

- Post en formato foto o video
- Permite uso de HT
- Permite geolocalización
- Se pueden crear campañas pagas de exposición



platzi

Edit Profile



499 posts

31.9k followers

37 following

Platzi Educación online efectiva, dónde y cuándo quieras. Aprende diseño, desarrollo web, marketing y negocios digitales. <https://platzi.com/platzi.com/cursos>



Cursos en ...



Platzi



¿Qué es?



Wallpapers



Eventos



PlatziConf...

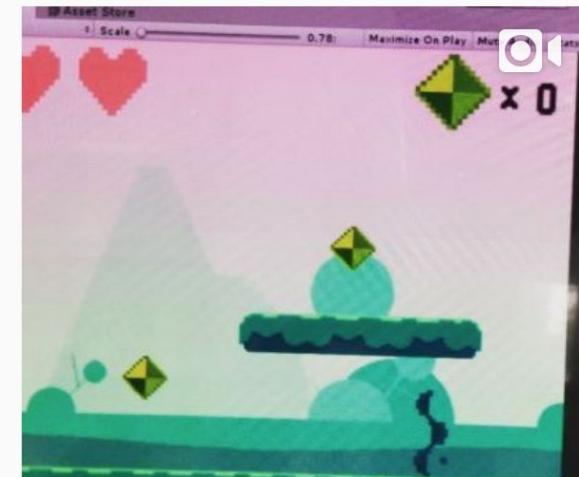


Creatividad



POSTS

SAVED





# LinkedIn

- Es una red profesional y de negocios
- Likes, comentarios, menciones

Notifications 235

88 likes • 114 shares • 22 comments • 11 mentions

[See all](#)

## Platzi

San Francisco, California • 1,142+ alumni • 6,405 followers



8 connections work here. [See all 62 employees on LinkedIn](#) →

[Manage page](#)[See alumni](#)

## About us

Online education platform Platzi helps students from all over the world acquire new, in-demand skills and stay up-to-date with the tech industry. Learn whenever and wherever you want: follow inspiring design, marketing, business and programming courses from top professionals to boost your career. Join our community of +300k students today!

## Recent update

[See all](#)

¡Lidera la PlatziConf de tu ciudad!  
[platzi.com](http://platzi.com)



# Pinterest

- Moodboard
- Enfocada en e-commerce
- Permite uso de HT
- Bucle de contenido
- La mayoría de usuarias son mujeres



Mimosa Bar Bridal Shower Brunch with Free...

How to Include Jupyter Notebooks in WordPress...



Love the back of this dress



Men's Style Guide - Everything Grey!



home.

220 Pins

Follow

Ideas for you



LISA BOYLES MEDIA

NEW PINTEREST TOOLS FOR BUSINESSES

**LINKEDIN passwords LIFTED**

WHAT HAPPENED ?

6.46 MILLION STOLEN LINKEDIN PASSWORDS POSTED ON A RUSSIAN HACKER FORUM

165,000 HASHES ALREADY CRACKED

LESSONS LEARNED

BAD PASSWORDS MAKE BAD PASSPHRASES

We are seeing a trend of internet users trying to use simplistic passphrases on internet sites. They are failing for the simple fact that many are using words that have been long considered as bad passwords. Password cracking algorithms include these bad passwords as a part of their recipe.

TOP 30 PASSWORDS CRACKED

941 link

## The Best Serif Fonts

FOR YOUR BLOG DESIGN

AUSTIN

AIRE PRO

barcelona

BUTLER

chicago

GARAMOND

DALLAS

CRIMSON TEXT

ISTANBUL

LORA

LOS ANGELES

LUSITANA

MILAN

MIRADOR

new york city

HARZISS

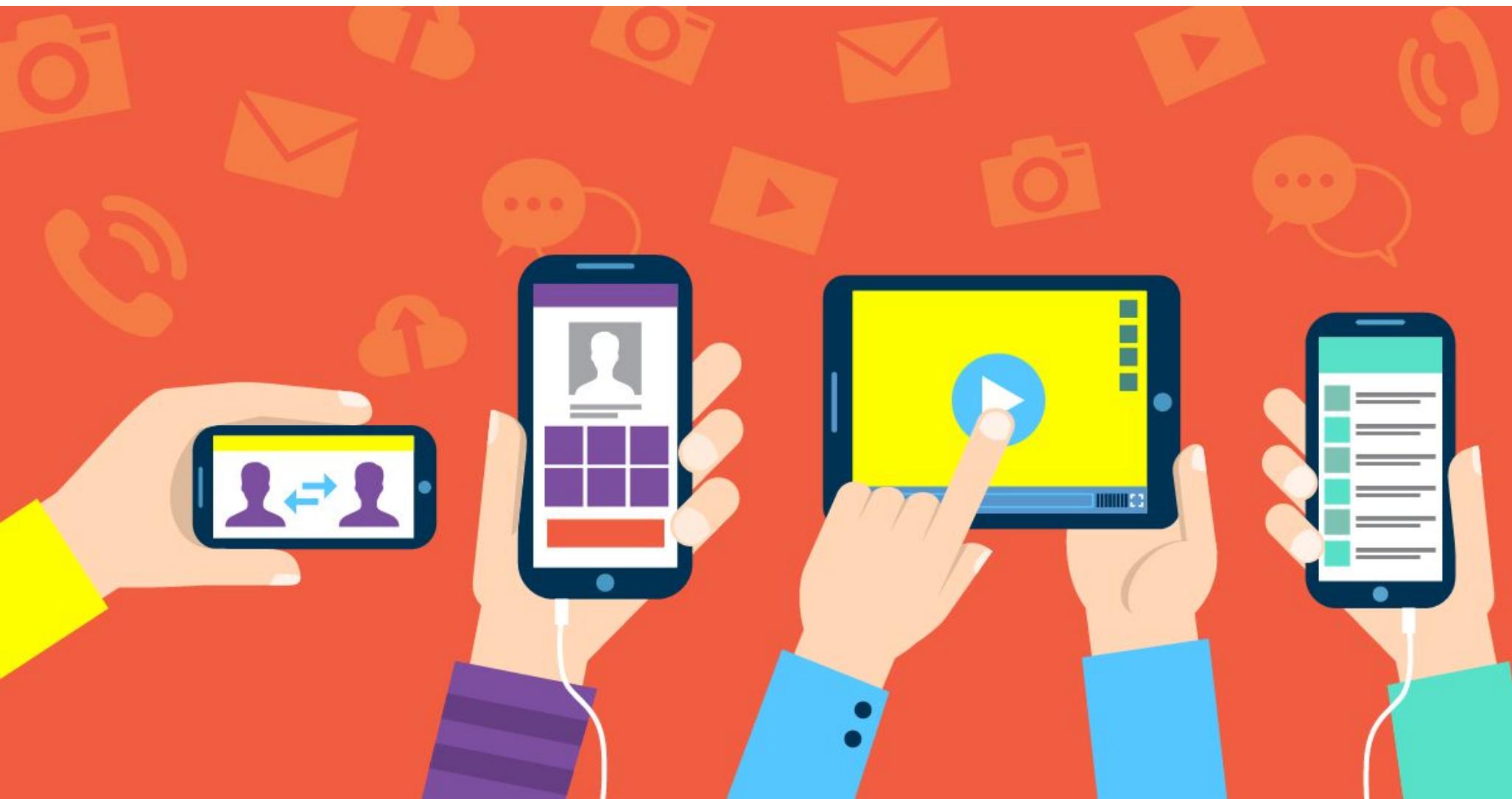


MUSE by Berta Sicily Wedding Dresses  
2018 #bride #bridal #wedding #dresses



# #PrimerosPasos

---





## FC Bayern Español ✅

@FCBayernES

Twitter oficial del FC Bayern München en español #MiaSanMia. Deutsch

@FCBayern | English @FCBayernEN |  
USA @FCBayernUS | Árabe  
@FCBayernAr fcbayern.de/es

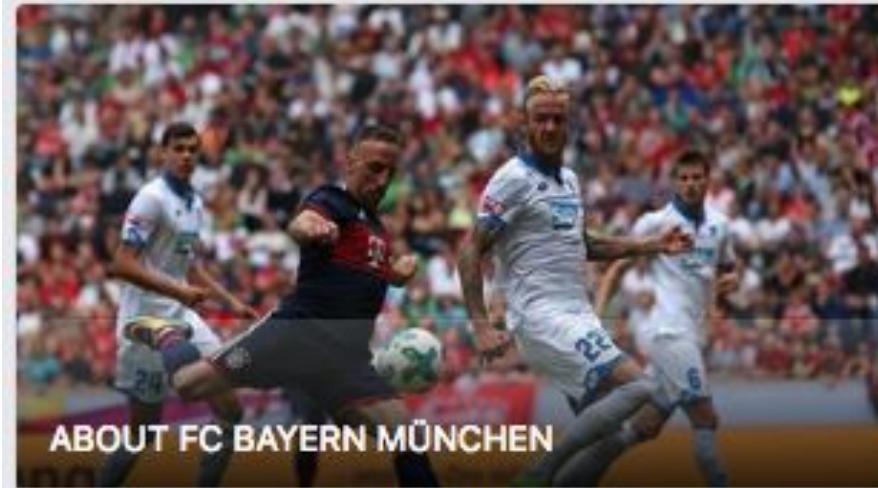
Joined October 2013

[Tweet to FC Bayern Español](#)

49 Followers you know



25.9K Photos and videos



### Nuestra historia

El FC Bayern München es el equipo más laureado de Alemania. A nivel internacional, el club muniques ...

[See More](#)



fcbayern ✅ [Follow](#)

9,729 posts 12.6m followers 38 following

FC Bayern Official Welcome to the official Instagram Account of FC Bayern München. 🇩🇪 #MiaSanMia  
[fc.bayern/TicketsUSTour](#)



# La importancia de las descripciones

# Dimensiones

---



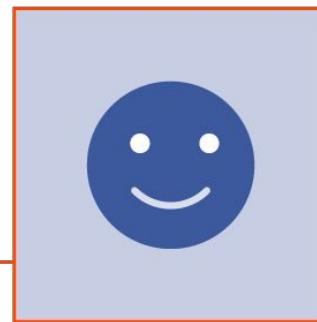
Foto de Cover: 851 x 315



Foto perfil: 180 x 180



Foto Timeline: 740 x 740



Video nativo: 1280 x 720





Foto de Header: 1500 x 500



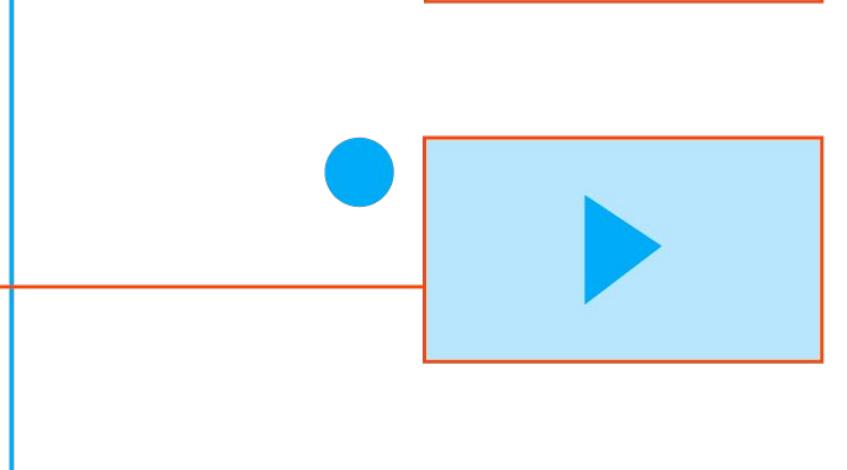
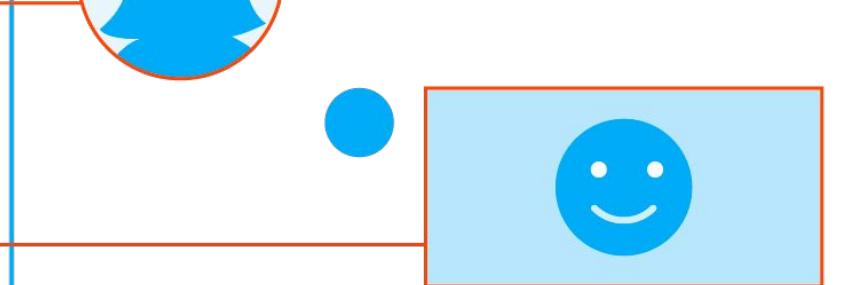
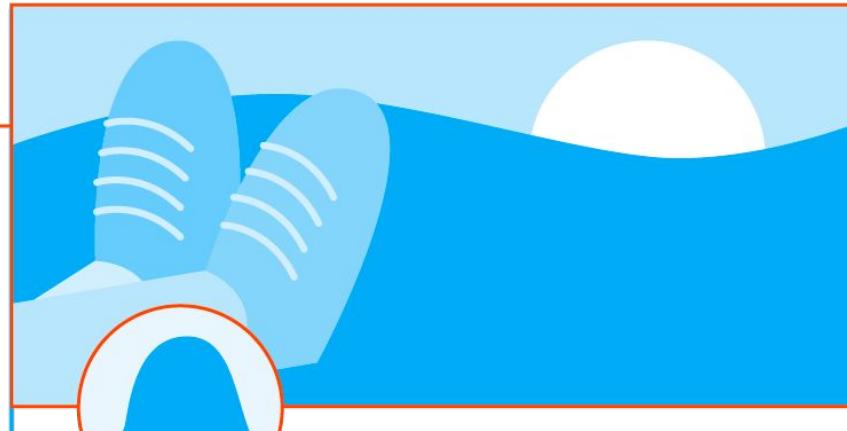
Foto perfil: 400 x 400



Foto Timeline: 1024 x 512



Video nativo:  
Menos de 30 seg.  
Máximo 512 MB





1080px by 1920px  
Stories: visible por 24 hrs

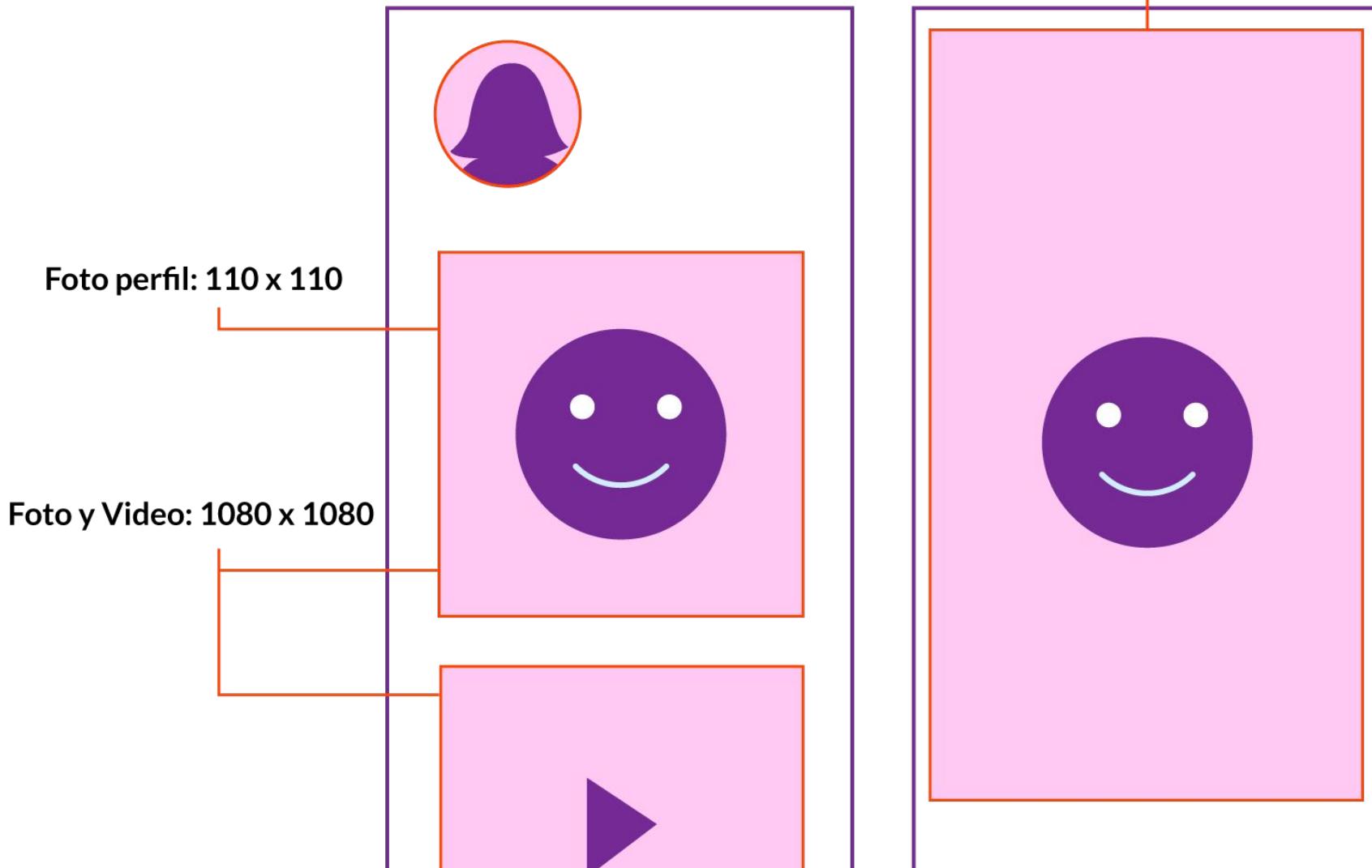




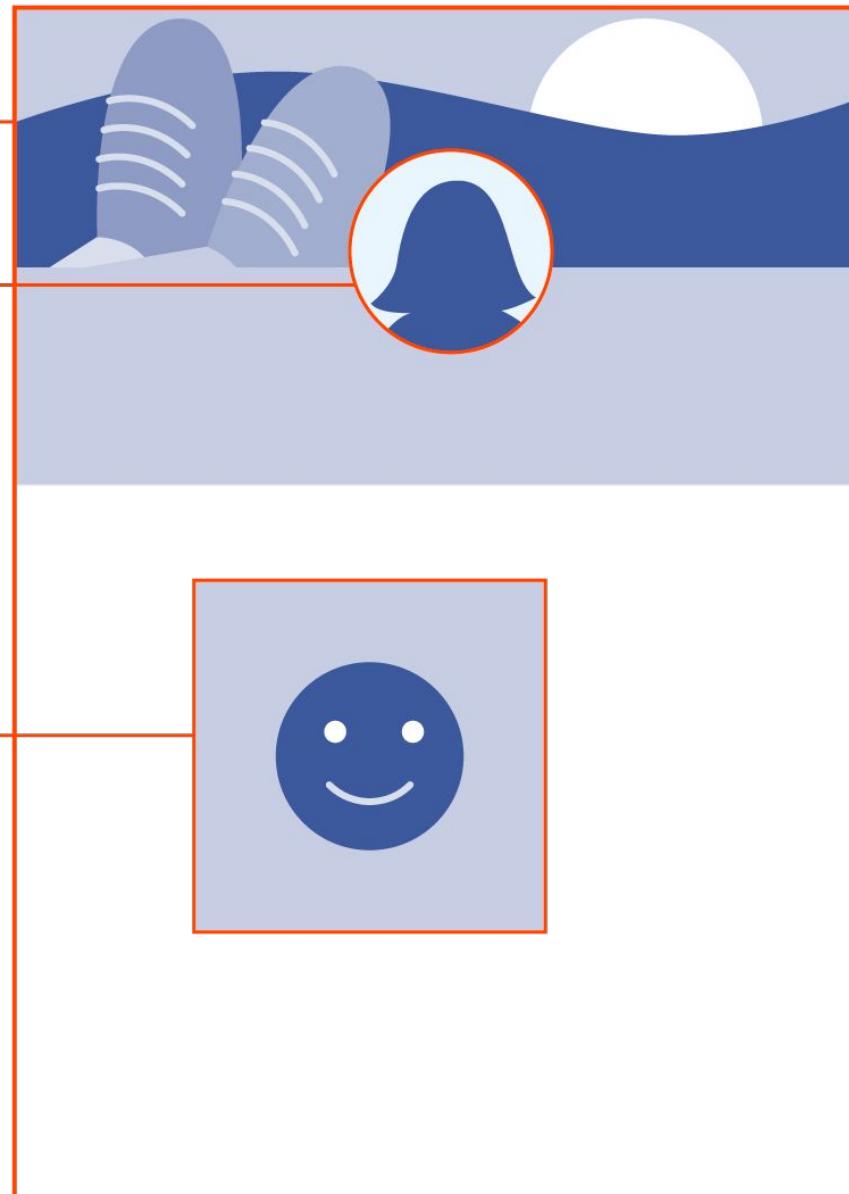
Foto de Cover: 646 x 220



Foto perfil: 500 x 500



Foto: 360 de ancho



# Características de cada red social

---

# ¿Dónde debes estar?

Por distribución de grupo objetivo

## Adolescentes

Generación Z

Creadores y consumidores de contenido



Mensajería

## Adultos jóvenes

Millenials

Creadores y consumidores de contenido



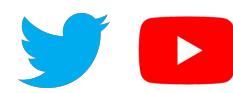
Millenials profesionales:



## Adultos

Generación X

Consumidores de contenido



## Adultos mayores

+ 50

Consumidores de contenido sugerido por terceros



Mensajería instantánea

# Anatomía de las redes

---



Spotify ✓  
@spotifycolombia

Home

About

Photos

Events

Videos

Posts

Locations

Community

Create a Page

# Dale play a lo que amas. Gratis en Spotify.

Like

Follow

Share

...

Sign Up

Send M

Status

Photo/Video



Write something on this Page...

Photos



## Concentración Perfecta



Product/Service

Community

Invite your friends to like this Page

20,816,309 people like this

20,817,874 people follow this

Paula Andrea Becerra and 153 other people like this



About

Typically replies within a day  
[Send Message](#)

[www.spotify.com/co](#)

Product/Service · App Page · Software

[Suggest Edits](#)

# JUST DO IT.



Tweets  
**34,4 mil**

Siguiendo  
**153**

Seguidores  
**7,46 M**

Me gusta  
**6.072**

Momentos  
**1**

Nike

@Nike

Just Do It.

Beaverton, Oregon

[nike.com](#)

Se unió en noviembre de 2011

[Twittear a Nike](#)

2 Seguidores que conoces



[Fotos y videos](#)



[Tweets](#)

[Tweets y respuestas](#)

[Multimedia](#)



Nike @Nike · 15 h

It's one thing to put words on your back. It's another thing to live up to them.

#alwaysbelieve #nike @KingJames

[Traducir Tweet](#)



A quién segu



adidas

Seg



Nike.c

Seg



adidas

Seg

Encuentra a pe

Tendencias:

#FelizJueves

41,7 mil Tweets

Zidane

Seg



# Kraft Recipes

60,262 subscribers

SUBSCRIBE

HOME

VIDEOS

PLAYLISTS

COMMUNITY

CHANNELS

ABOUT



## Bears at the Beach

749 views • 1 month ago

Nothing is as sweet as a day at the beach! Click here for our Bears at the Beach recipe: <https://kraft.us/2q29b6U>

## FEATURED CHANNELS



Comida

SUBSCRIBE



Philadelphia

SUBSCRIBE



Oscar Mayer

SUBSCRIBE

## Mother's Day Recipes

PLAY ALL



No-Bake Flower Garden  
Cheesecake Tart



Strawberry Cheesecake  
Supreme



Lemon-White Chocolate Mini  
Cheesecakes



Triple-Layer Lemon Pie

## JELLO

SUBSCRIBE



Athenos

SUBSCRIBE



Miracle Whip

SUBSCRIBE

Kraft Recipes

428 views • 1 month ago

Kraft Recipes

401 views • 1 month ago

Kraft Recipes

1K views • 2 months ago

Kraft Recipes

299 views • 2 months ago



loccitane ✅ Follow ⚖ ...

1,618 posts

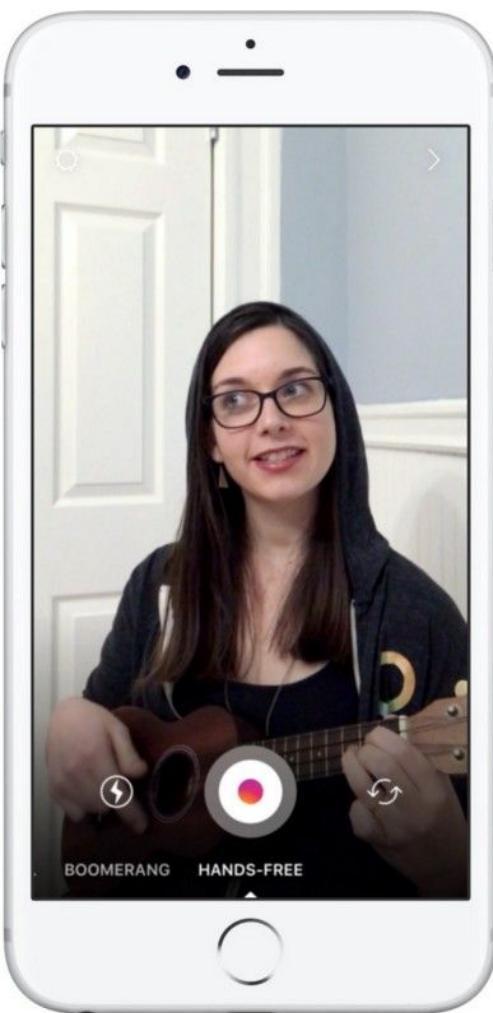
746k followers

155 following

**L'OCCITANE en Provence** We believe in the power of true stories, lands, people, products and in the value of passing them on as part of the Mediterranean art of living.

[like2b.uy/loccitane](https://like2b.uy/loccitane)





[Jobs](#)[Companies](#)[Salaries](#)

## Converse

Apparel & Fashion · Boston, MA · 109,019 followers

[See jobs](#)[See all 3,727 employees on LinkedIn](#)

### Overview



### Jobs

Interested in jobs at Converse?

 [View jobs at Converse](#)

### Life



### Keep up with Converse

See more information about Converse, find and apply to jobs that match your skills, and connect with people to advance your career.

[Join LinkedIn](#)[Sign In](#)

Your dream job is closer than you think

[See jobs](#)



P Analytics

Search



9+



# McDonald's

9,808  
Followers

2,522  
Following

Message

Follow



mcdonalds.com  
Oak Brook, IL / Oak Brook, IL  
/ The official Pinterest page  
of McDonald's. Check out  
our food, recipes, people,  
and restaurants around the  
world!

Boards

Pins



All-Time Favorites  
14 Pins

Follow

Treat Your Sweet Side  
6 Pins

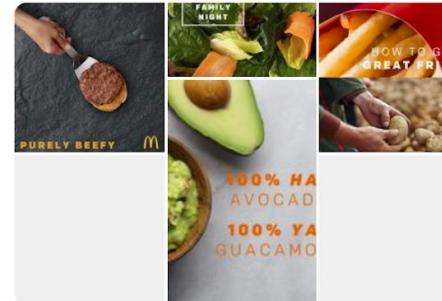
Follow

Love Every Bite  
4 Pins

Follow

Nothing Comes Before ...  
22 Pins

Follow



# **Creación de contenidos para Redes Sociales**

---

Timing + audiencia = 🔥

# ¿Qué contenido crear?

Por tipo de contenido

## Texto



## Fotografía



## Video



## Blog, Website



# No todas las redes son iguales

## Entretenimiento general



¿quién ganó  
las elecciones?

## Contenido específico



¿qué piensan mis amigos  
de los candidatos  
presidenciales?

## Acciones

*Votar por un candidato*



¿qué está comiendo  
Maluma?



¿cuál es la nueva  
canción de Maluma?

*Escuchar a Maluma  
en Spotify*



¿cómo vestirme  
para una entrevista  
de trabajo?



¿hay vacantes  
de community  
management?

*Aplicar a un  
nuevo empleo*

¿Cómo interactúan las personas en redes sociales?

# Ideas de contenidos

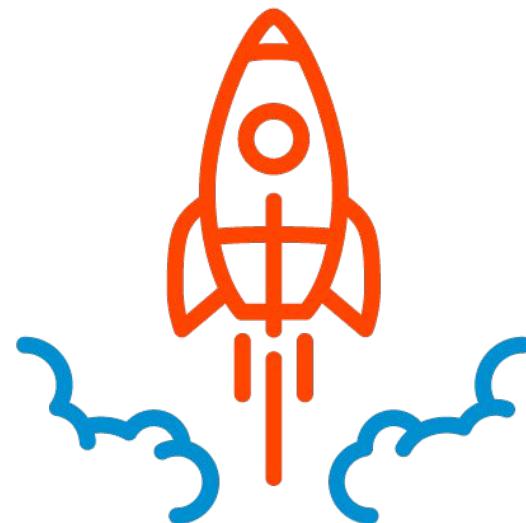
Tutoriales	Making of	Descargables	Infografía	Mensaje empoderador
Noticias de la industria	Antes/Después	Citas de un personaje relevante en la industria	Hablar de una tendencia	Tendencias
Producto estrella	Responder preguntas	Sugerencia de consumo	Entrevista a un consumidor	Promoción o descuento
Resolver un problema con tu producto	Algo divertido (cuidado con los memes)	Tips pro ahorro de dinero o tiempo con tu producto	Listas	Encuesta
Transmisión de video en vivo	Habla de y con otras cuentas de tu categoría	Caso de estudio	Dato histórico	Testimonio

---

# Validar y evolucionar formatos



MVP

The word "MVP" is written in large, bold, blue capital letters. It is flanked by several interlocking gears in orange and blue, suggesting mechanical or iterative processes.

# Creación de texto para redes sociales

---

---

# Texto para redes sociales

- Razones para usar tu producto
- Invitar a compartir experiencias
- Informar sobre noticias relevantes del sector
- Tweetstorm o hilo de tweets
- Se pueden adjuntar fotos y videos.  
El copy debe ser atractivo
- El público ama el contenido original

---

# Blogging

- 5 razones para tomar el nuevo curso de Community Manager en Platzi
- Las mejores herramientas para optimizar tu trabajo como CM
- Tutorial ¿cómo escribir mejores tweets?

---

# Twitter

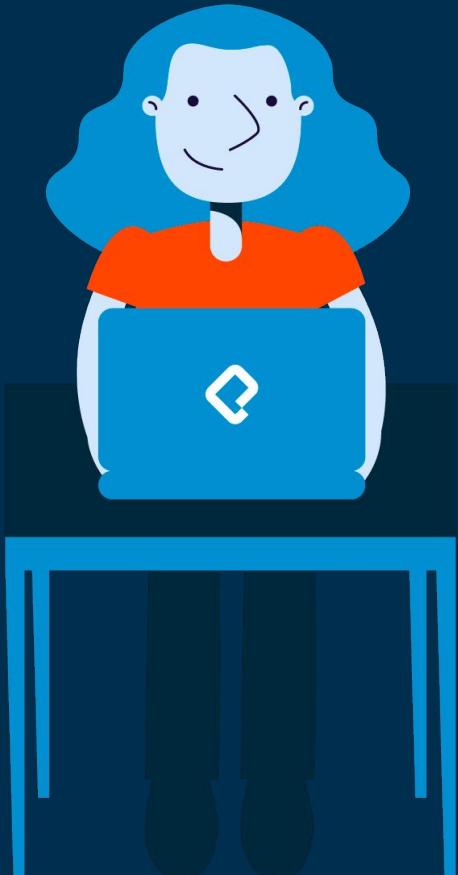
- Usemos GIF's
- Usemos HT's
- Geolocalizar según el caso
- Contesta los tweets
- Escala los casos que necesiten soporte

---

# Ejercicio

- Abrir el excel que está en la sección de archivos y proponer publicaciones en texto según la red social propuesta que ayuden a los objetivos propuestos

Este archivo te servirá para que hagas un repositorio de publicaciones



# Creación de imágenes para redes sociales

---

# Imágenes

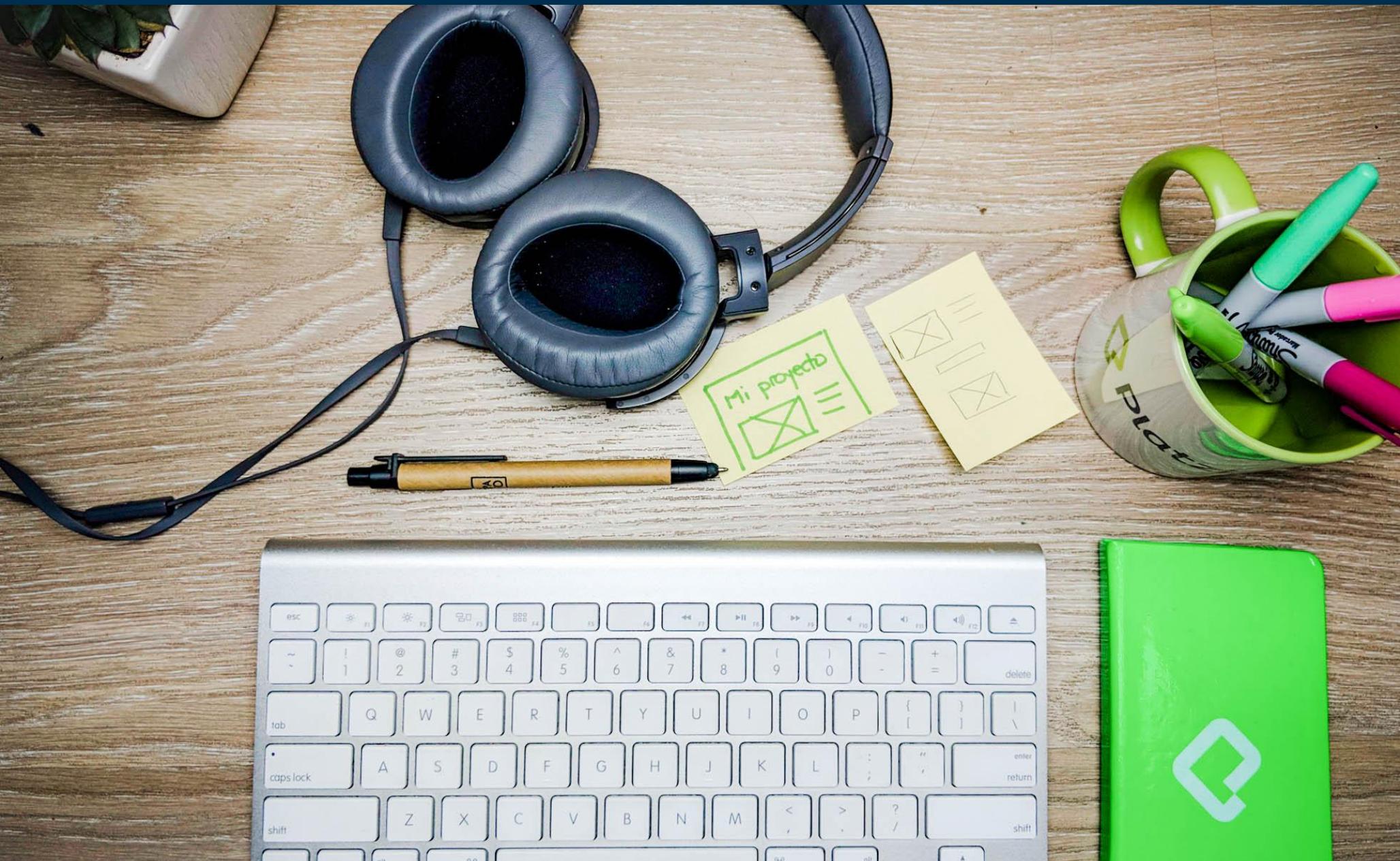


---

# Imágenes

- Nos ayudan a contextualizar un estilo de vida, una ubicación geográfica, capacidad adquisitiva
- Nos sugiere una ruta de consumo
- Podemos tener imágenes que relacionen el producto, servicio o marca con un momento de la vida
- Inspiremos con una imagen
- Enseñemos algo

# Imágenes



# DE CERO A FREELANCER

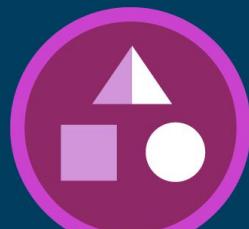
APRENDE A CREAR Y VENDER SITIOS WEB FUNCIONALES



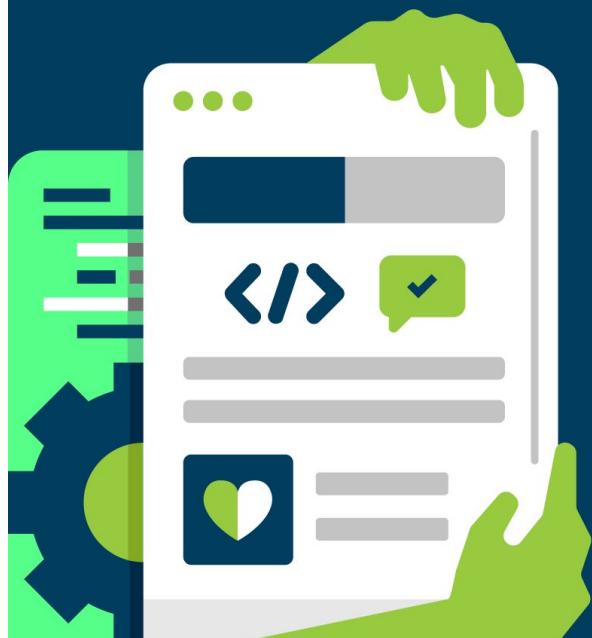
Curso de  
Git y Github



Curso de  
Desarrollo Web Online



Fundamentos  
de Diseño



Curso de Temas  
y Plugins en WordPress



Fundamentos  
de Bases de Datos

Complementa con:



Curso de  
Marca Personal



Curso de  
Finanzas personales



Atención al Cliente  
y Soporte a Usuarios

## 6

Consejos  
de **frontend**  
de nuestros  
**mejores**  
**estudiantes\***

No memorices,  
sólo entiende cómo  
funcionan las cosas

Ray Díaz  
@rayediiaz

1  
`<header>  
 <nav>  
 <ul>  
 <li></li>  
 </ul>  
 </nav>  
</header>`

2 Ten buenos  
hábitos semánticos

Jose Antonio  
@jado



3 Crea componentes que  
puedan ser reutilizables

Stefanny Torres  
@fannytaviles



El camino del Frontend  
no tiene fin, pero es  
algo hermoso

Luis Hernández  
@OoMagicBlueoO



Aprende muy bien  
a maquetar en HTML  
y CSS, sus bases  
son fundamentales

Nicolas Ticona  
@Tvop\_Nicolas



4 Estudia ramas como  
maquetación, animación  
y estructuración de datos

Rafael Mogollón  
@rafael\_erasmo7

---

# Creando imágenes

- Reúnete con el SMM o tu cliente para acordar un estilo que concuerde con la marca
- Inspírate en instagram, pinterest o google images
- No te limites si no tienes equipo profesional de fotografía, vamos a crear nuestra primera foto de producto ahora mismo con nuestro teléfono
- No te limites si no sabes usar Photoshop, hay muchas aplicaciones que nos pueden ayudar en nuestro MVP

---

# Ejercicio



Opción A: toma una foto

Opción B: crea una imagen plana

# MPV y evolución de un formato

"NO TE PREOCUPES  
SI FALLAS,  
SÓLO BASTA CON  
LOGRARLO UNA SOLA  
VEZ"

DREW  
HOUSTON  
CO-FUNDADOR  
DE DROPBOX.

WWW.PLATZI.COM



platzi

platzi Iniciemos la semana con muchas ganas de aprender 💪 ¿En qué proyecto trabajarás esta semana? 🤔 💚 #Platzi

andres\_calderon36 quiero saber cuantos proyectos estan fusionando para crear un nuevo curso?

andres\_calderon36 no creen que si muestran los proyectos mas rapido la gente quiere aprender.

andres\_calderon36 para ser parte del proyecto

andres\_calderon36 Danos una idea que sea debatible y te patrocinamos la educacion para que la logres piensenlo una inversion a futuro de fallar esta la clausula de compartir patente.

andres\_calderon36 solo son ideas

mv.coach Abapppppp



893 Me gusta

8 DE ENERO

Agrega un comentario...

...

# MPV y evolución de un formato

"No puedes tener todo lo que quieras, pero puedes tener las cosas que realmente te importan"

Marissa Mayer  
Ex CEO de Yahoo!



platzi

platzi ¿Qué tan importante es tu educación? ¿Le dedicas el mismo tiempo que a tu ocio? Dale prioridad a las cosas que realmente importan y puedes cambiar, no te lamentes por las cosas que no puedes tener 💪

landmusic\_ @platzi ustedes son m8i universidad

camilo\_caripan Puedes tener todo el dinero del mundo, pero nunca comprar un dinosaurio

alejandroszg @sabasasp

eljosshe Gracias buen co sejo

platzi @landmusic\_ hola @landmusic\_ ¿Qué cursos estás haciendo?

\_guillermo.sa 👍

renesiillo Prefiero la version de Jaguer 😊😊😊



990 Me gusta

5 DE MARZO

Agrega un comentario...

...

# Videos para Redes Sociales

---

# Video



como cocinar pasta



¿Cómo se prepara la pasta?

409,851 views

1.4K

157

SHARE

...



Pastas Doria

Published on Jan 8, 2013

SUBSCRIBE 13K

Aprende a preparar de manera fácil y rápida la pasta Doria

SHOW MORE

# Video



# Se parecen pero...



## Video nativo social para Facebook, Twitter e Instagram

Necesita subtítulos en el video

El audio es opcional

Se consumirá más rápido en dispositivos móviles

Debe muy corto:  
1 minuto en promedio

Formato 1:1



## Video Para YouTube

YouTube tiene sistema de titulación automática

El audio es un elemento necesario

La gente esperará a tener conexión a internet

Puede tener entre:  
5 a 15 minutos

Formato landscape

# Ideas para crear contenido en video



**Video nativo social**

Timelapse

Enfoque en enseñar 1 sola cosa

Datos rápidos, la cámara  
se puede acelerar

Testimonio

Making of



**Video Para YouTube**

Videotutorial

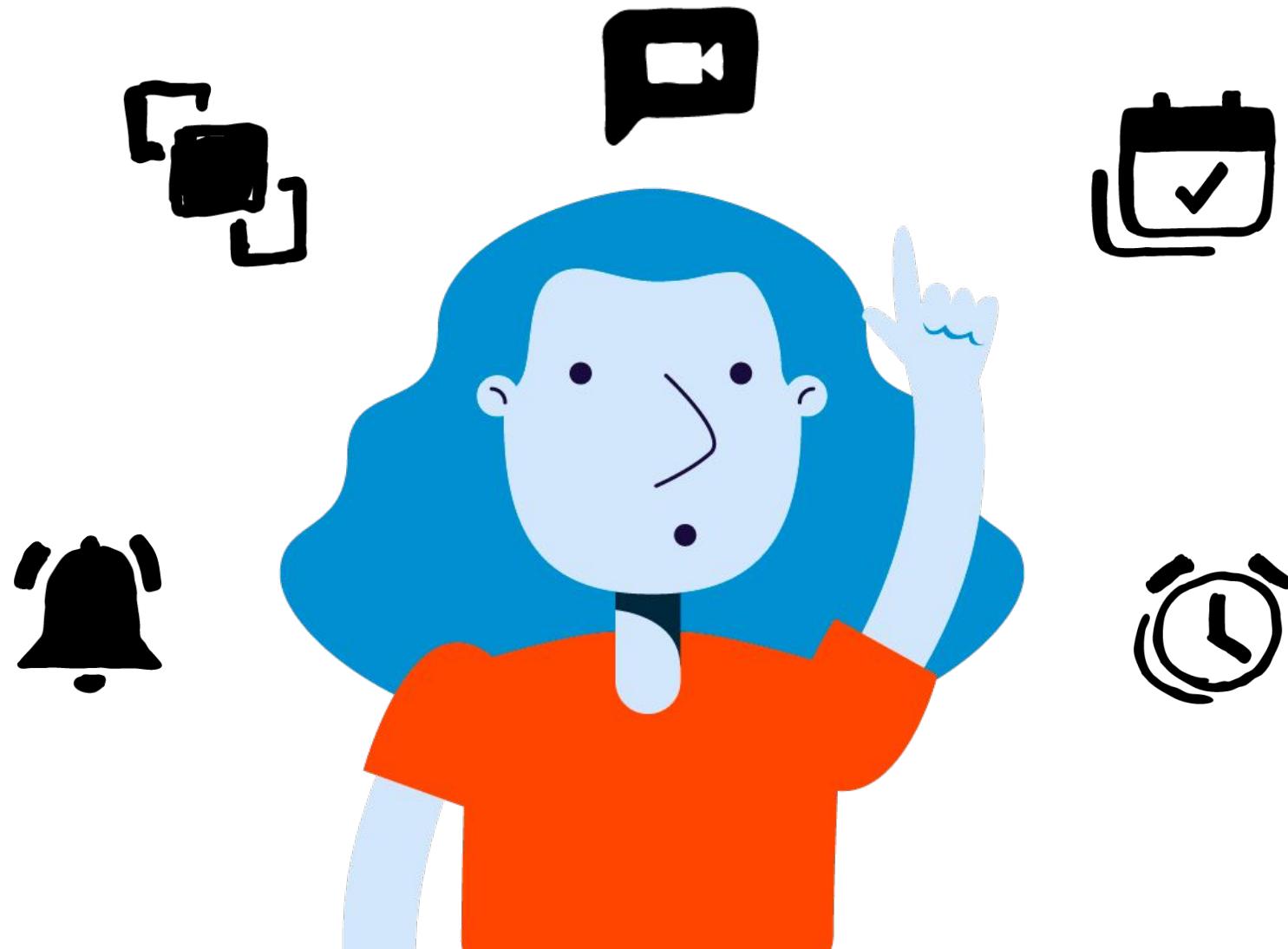
Videotutorial completo

La gente prefiere aprender  
y te escuchará si tu contenido  
es lo suficientemente  
interesante al principio

Entrevista

Enseñar cómo lo hicimos

# Ideas para crear contenido en video

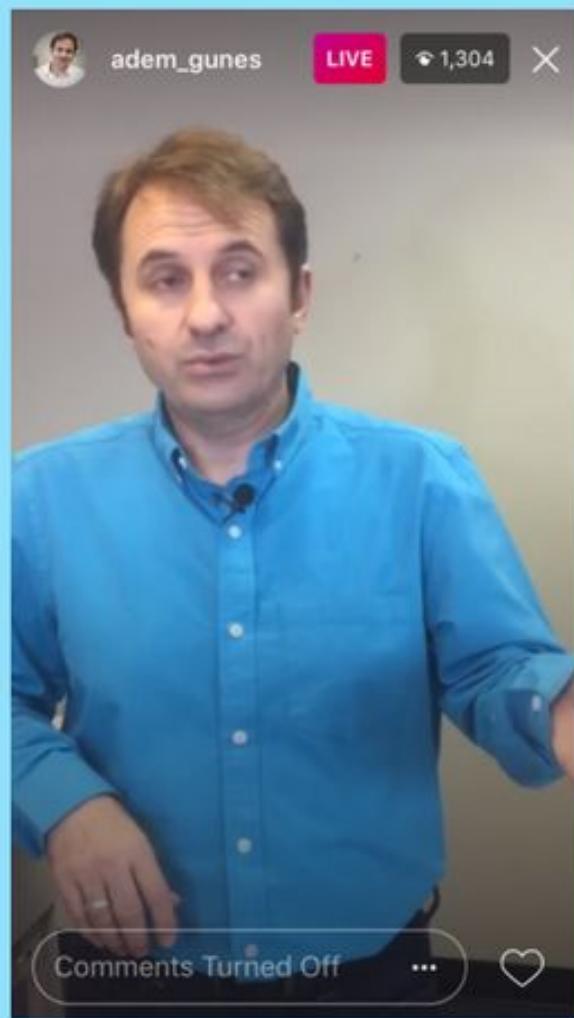


---

# Video en vivo: Facebook live



# Video en vivo: Instagram Live



# Video en vivo: YouTube live

The screenshot shows the YouTube mobile website interface. On the left is a sidebar with navigation links: Home, Trending, Subscriptions, Library (History, Watch later, Liked videos), Subscriptions (Aerosmith, Browse channels), Settings, Report history, Help, and Send feedback. The main content area features a search bar at the top. Below it are several video thumbnails for live streams, followed by a section titled "Live recommendations" with four more video thumbnails. At the bottom, there's a "Recommended channel for you" section with a thumbnail for "Latin Pop - Topic" and a "SUBSCRIBE 194K" button. The footer contains links for About, Press, Copyright, Creators, Advertise, Developers, +YouTube, Terms, Privacy, and Policy & Safety.

YouTube CO

Search

Home

Trending

Subscriptions

LIBRARY

History

Watch later

Liked videos

SUBSCRIPTIONS

Aerosmith

Browse channels

Settings

Report history

Help

Send feedback

About Press Copyright

Creators Advertise

Developers +YouTube

Terms Privacy

Policy & Safety

Guns N' Roses - November Rain

Journey - Don't Stop Believin' (from Live in Houston 1981)

Guns N' Roses - Patience

Eagles - Hotel California (Lyrics)

Aerosmith - Crazy

lofi hip hop radio - beats to relax/study to

ChillYourMind Radio • 24/7 Music Live Stream | Deep &

Hermosa Música Relajante 24/7: Música para Dormir,

Learn English in 24 Hours with EnglishClass101 TV

Noticias en vivo - 31 de mayo de 2018 | Noticias Caracol

ChocQuibTown - Invencible (Official Video)

J. Balvin - Ambiente

La versión real de cómo Luis Miguel logró grabar en el

Daddy Yankee - Hielo (Video Oficial)

La incondicional - Luis Miguel La Serie (Capítulo 6)

vevo 9:17 vevo 4:13 vevo 5:57

vevo 6:31 vevo 6:16

vevo 6:07 vevo 4:19

vevo 5:55

vevo 3:40

vevo 1:21

Search

Live recommendations

Learn English 24/7 TV

Noticias Caracol

Latin Pop - Topic Recommended channel for you

SUBSCRIBE 194K

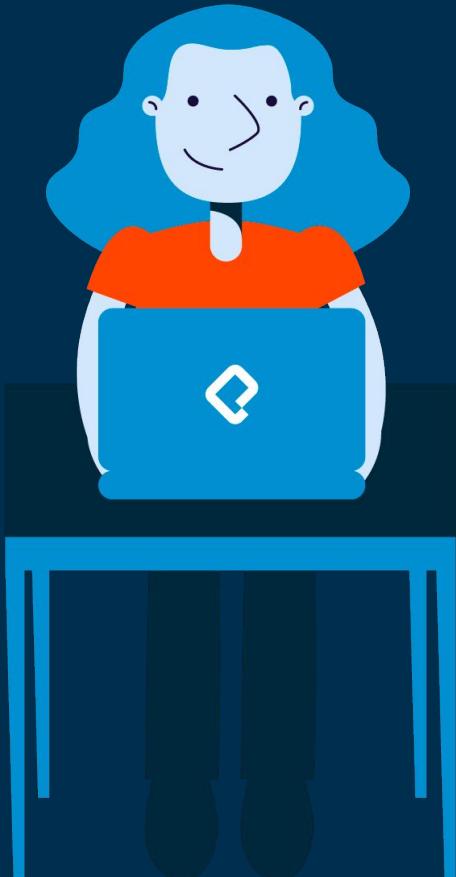
# Video en vivo: twitter live (periscope)



---

# Ejercicio

Crear y editar un video



# Medición, monitoreo y reportería

---

---

# ¿Qué debemos medir?

- Interacciones según la red social
- RT, fav, reacciones



---

# Métricas relevantes

- Impresiones: vistas a tus publicaciones
- Alcance (cuentas únicas)
- Comentarios
- Reacciones

---

# Calcular engagement

Total interacciones (Likes\* + comentarios + Shares)

X 100

---

Alcance (reach)

\*sólo en Instagram

---

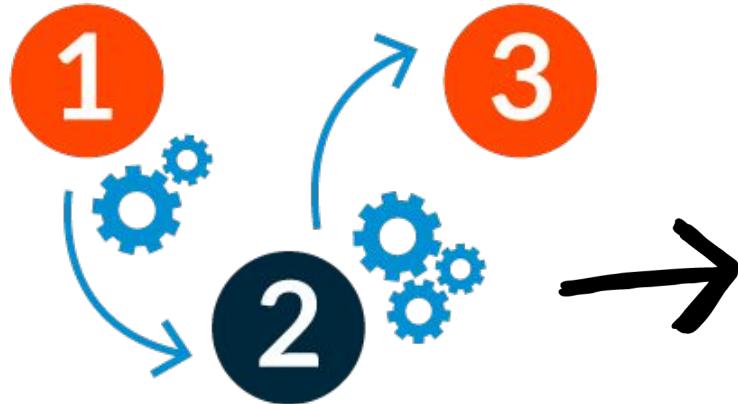
# Métricas vanidas

- Cantidad de seguidores
- Likes (en FB y Twitter)

# KPI

## ¿Para qué medir?

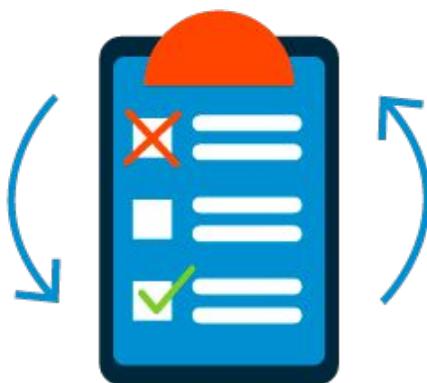
(Indicadores Claves de Rendimiento)



**Estrategia**



**Medición**



**Evaluación**



**Desempeño**

# Ejemplos de KPI's



Menciones

RT's

Quotes

CTR

Respuestas y  
comentarios



Impresiones

Me gusta

Alcance (Reach)

Comentarios

Reacciones

Shares

Otros muros



Visitas al perfil

Impresiones

Clcs al sitio web

Contacto: SMS,  
email, llamadas

Alcance

**Stories:**

Replays

Impresiones

Swipe up's

Sticker taps



Reproducciones  
Suscriptores

Comentarios o  
"shares"

Video Integrado  
(embebido)

Me gusta/  
No me gusta

Favoritos

Retención  
(tiempo de  
retención)



Conecciones

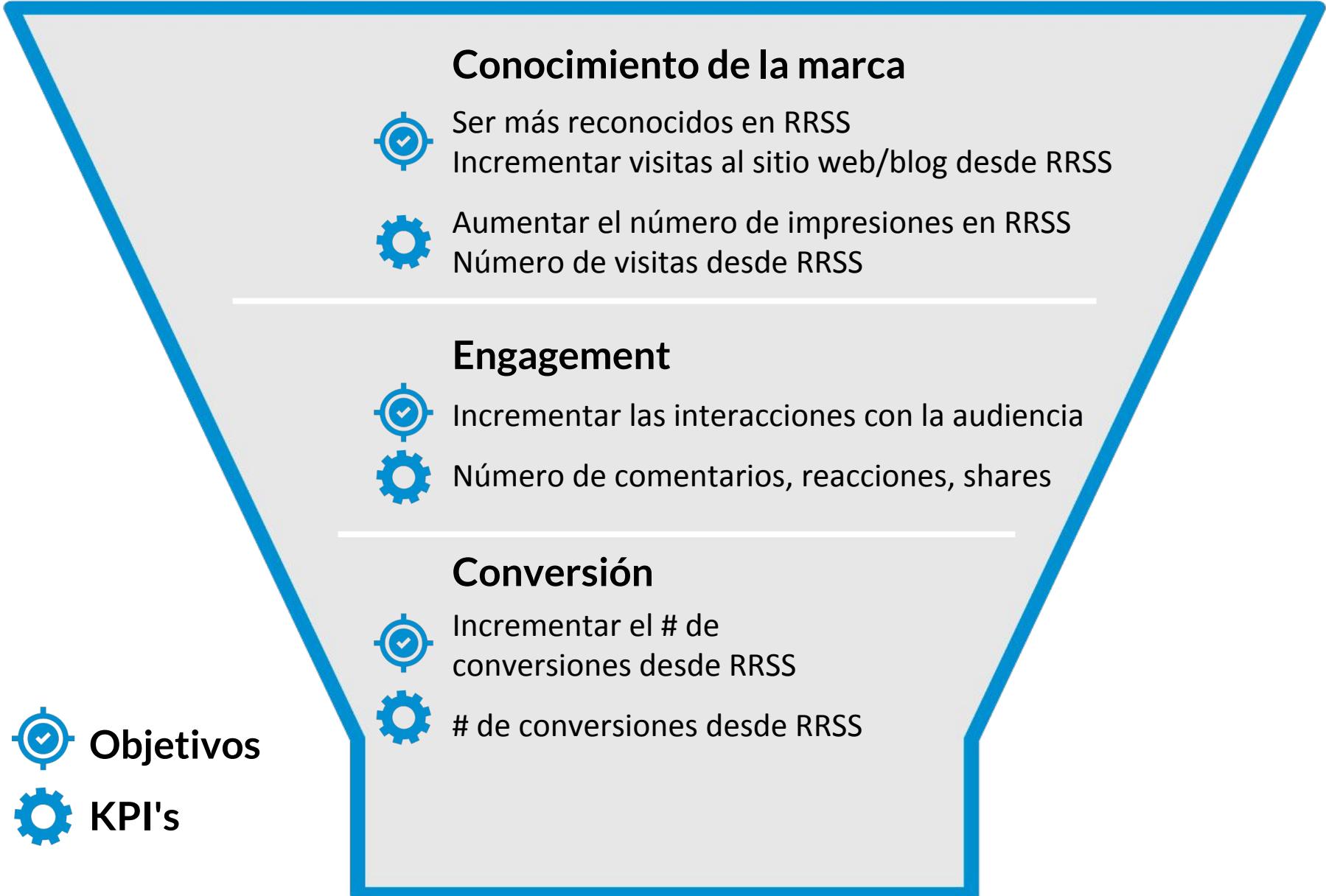
Vistas al perfil

Nuevas  
conexiones

Comentarios

Me gusta

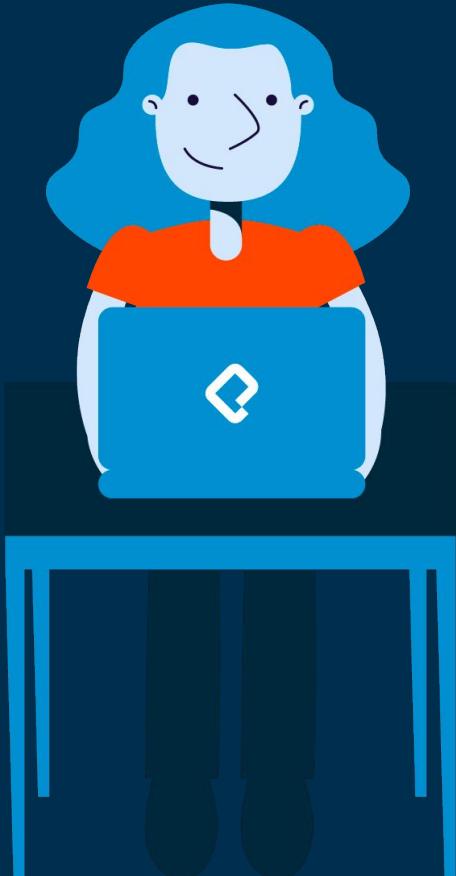
# KPI's en Redes Sociales



---

# Ejercicio

Redactar 3 KPI's en los que te enfocarás los próximos 3 meses en dos de tus redes sociales favoritas.





# Social Media Listening

---

---

# ¿Por qué es importante?

- Para entender a la audiencia, las tendencias y hablar en su idioma
- Crecer seguidores

# curso de community manager

[Destacados](#)[Más reciente](#)[Personas](#)[Fotos](#)[Videos](#)[Noticias](#)[Transmisiones](#)

## Filtros de búsqueda · [Mostrar](#)

### A quién seguir · [Actualizar](#) · [Ver todos](#)

**Consultor SEO Girona** @...[Seguir](#)**Community Manager** @C...[Seguir](#)**César Ramírez** @cesrami...[Seguir](#)

👤 Encuentra a personas que conoces

### Tendencias: México · [Cambiar](#)

#### #ViveTuPasión

Vive la Copa Mundial de la FIFA™ con las Cuarto de Libra McDonald's™

↗ Promocionado por McDonald's Colombia

#### #BuenViernes

40,9 mil Tweets

**Claudio Alfaro** @donclaudiool · 4 hque mierda el **community manager** de la @ASRomaENUn pequeño **curso** online de Photoshop no le haría nada **de mal** ⚽⚽⚽

OFFICIAL 📄 Bryan Cristante is an #ASRoma player!

The Italian international midfielder becomes our third signing of the summer! 🎉👏🐺



---

# Herramientas

- Nativas (HT's)
- Feedly
- Google Trends
- Tweetdeck

(y navegar, navegar, navegar)

---

# Hallazgos

- Estilo de vida
- Series de TV
- Horarios
- Influencers / Micro-influencers
- Valores de la audiencia

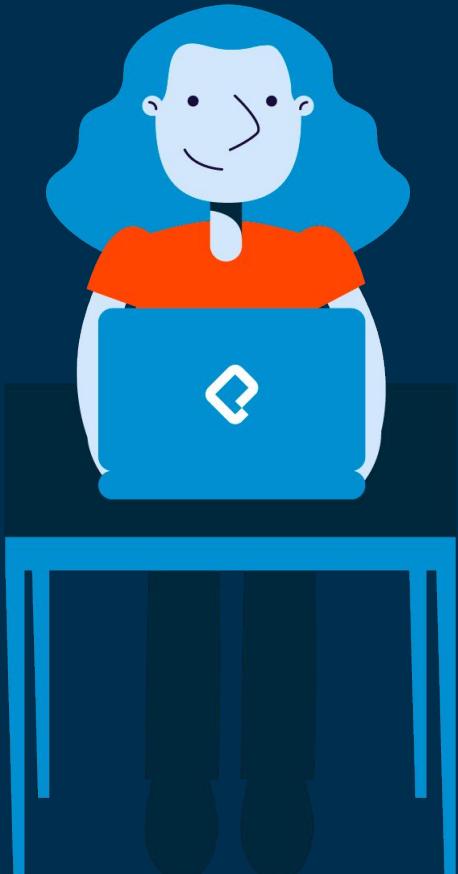
Hagamos una lista de palabras claves  
y HT's relevantes

---

# Ejercicio

¡Escucha a tu audiencia!

Identifica HT's, y palabras claves relevantes. Cuéntanos sobre tus hallazgos



# Frecuencia y horarios de publicación

---

# Frecuencia y horarios de publicación

				
3- 10 veces al día	1-3 veces al día	1-2 veces al dia Stories: 4 veces a la semana	1-3 veces a la semana	1 vez al día
8am 11am 1pm 3pm 6pm	8am 1pm 3pm	2pm 8pm	Depende de la estrategia	Fines de semana

# Fechas importantes



UNESCO | Educación | Ciencias Naturales | Ciencias Sociales y Humanas | Cultura | Comunicación e Información | Servicio de Prensa

Sobre la UNESCO | Temas | En el mundo | Comunidades | Agenda | Oportunidades | Recursos

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

UNESCO » Agenda » Premios y Celebraciones » Celebraciones » Días Internacionales

A- A+  

## Premios y Celebraciones

### Premios UNESCO

### Celebraciones

- ▶ [Días Internacionales](#)
- ▶ [Semanas internacionales](#)
- ▶ [Años Internacionales](#)
- ▶ [Decenios Internacionales](#)
- ▶ [Aniversarios que celebran los Estados Miembros](#)

### Medallas conmemorativas

## Días Internacionales

La Asamblea General de las Naciones Unidas elige una serie de "Días Internacionales" para marcar aspectos importantes de la vida humana y de la historia (La lista completa de todos los días celebrados por las Naciones Unidas y sus organismos especializados está disponible aquí: [Días Internacionales](#)).

Las agencias especializadas de las Naciones Unidas, incluyendo la UNESCO, pueden también proclamar Días Internacionales. En este caso, la proclamación de los días internacionales depende sólo de sus órganos de gobierno y regulaciones internas.

De este modo, la UNESCO celebra los Días Internacionales de la ONU relacionados con sus campos de competencia, y además, otros Días Internacionales proclamados por los órganos de gobierno de la Organización u otras instituciones.

La lista oficial de mensajes de la Directora General de la UNESCO, Irina Bokova, con motivo de los Días Internacionales con los que la UNESCO está asociada, está disponible aquí.

### Días Internacionales

27 de enero

Día Internacional de Conmemoración en Memoria de las Víctimas del Holocausto

 34  
C/Resolución 61

 A/RES/60/7  
 Web de las Naciones Unidas

11 de febrero

Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia  
(página disponible en inglés y francés)

 A/70/474/Add.2  
 Web de las Naciones Unidas

13 de febrero

Día Mundial de la Radio

 36  
C/Resolución 63

 A/67/62

## INFORMACIÓN RELACIONADA

▶ Lista de las reuniones/conferencias 2010 - 2011 (por programa - PDF en inglés - 196 KB)

▶ Lista de las reuniones/conferencias 2010 - 2011 (en orden cronológico - PDF en inglés - 207 KB)

## RECURSOS DOCUMENTALES



### Multimedia



### Convenciones y recomendaciones



### Publicaciones

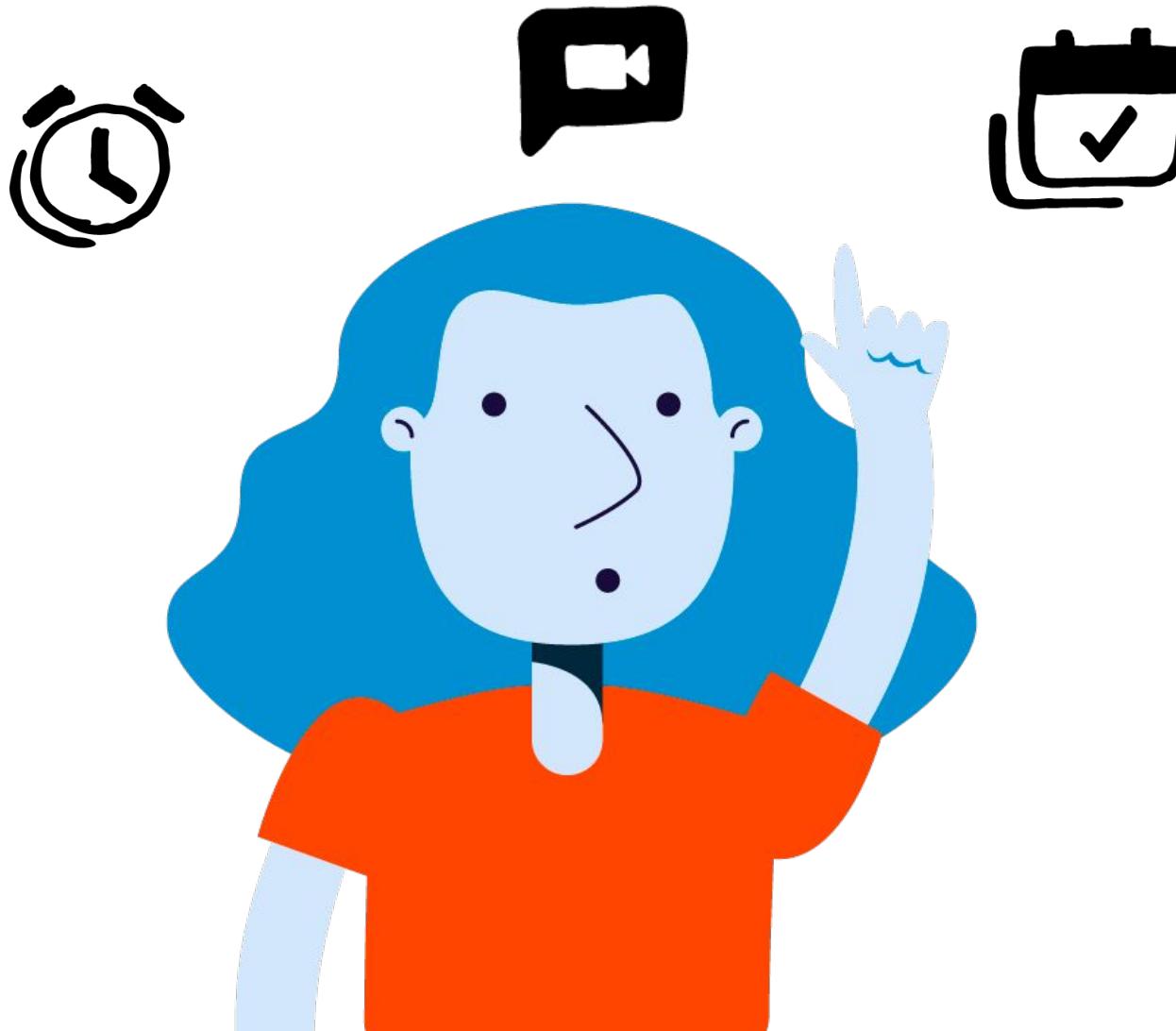


### Estadísticas

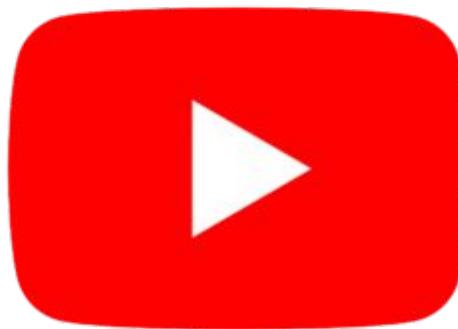
# Herramientas de automatización

---

# ¿Para qué calendarizar?



# Programación nativa de contenido

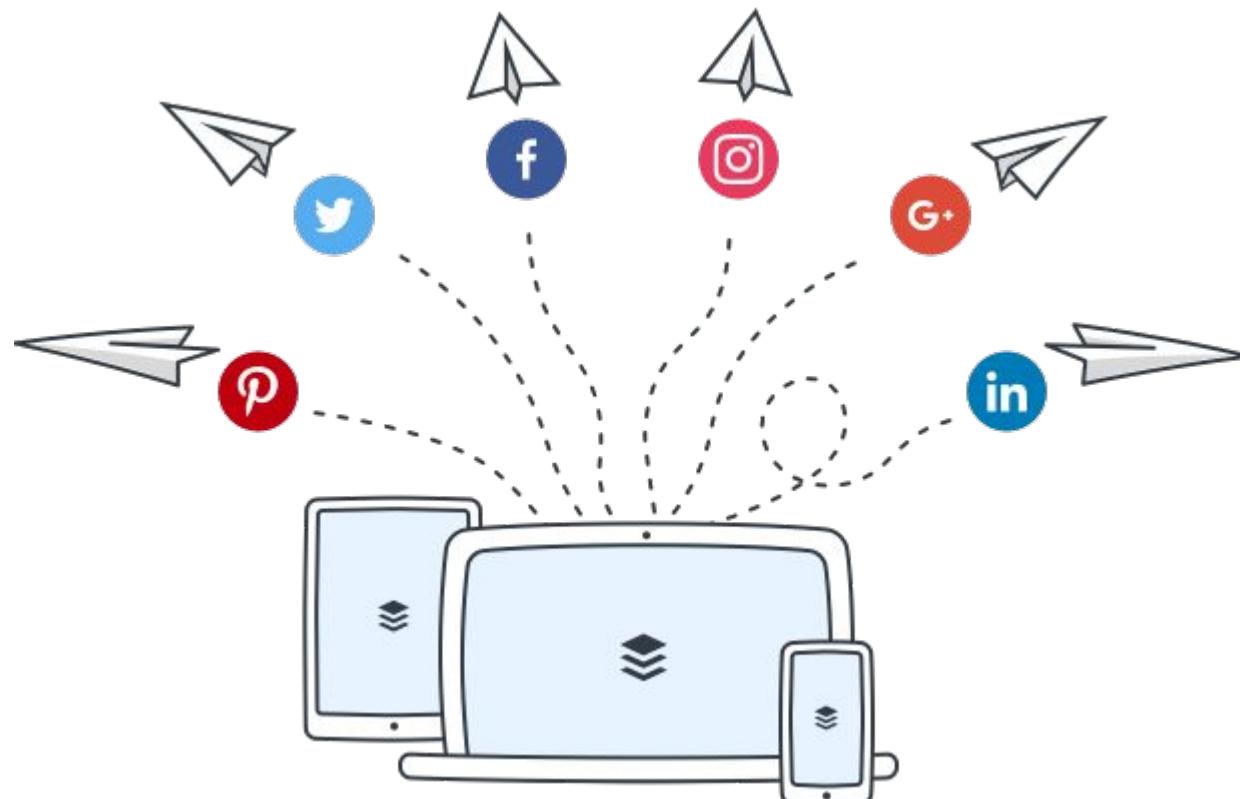


# Herramientas para programación de contenidos

The screenshot shows the Hootsuite dashboard with the following elements:

- Sidebar:** Includes icons for Home, Create Post, Analytics, and Help.
- Profile List:** Shows profiles: HootKristina, NABS West (selected), Cash, HootBusiness, HootCommunity, and HootDenise.
- Message Preview:** "Learn how to schedule Facebook posts in this blog post <http://ow.ly/Jled8>".
- AutoSchedule Options:** A button to "AutoSchedule" the message for optimal impact.
- Calendar:** A calendar for February 2015 with days from Su to Sa. The 19th is highlighted.
- Schedule Date:** Set to 2015-02-19 at 11:35 AM.
- Notification:** Option to "Email me when message is sent".
- View Options:** "View date in Publisher" and "Want to save time? Try the bulk message uploader".
- Attachments:** "Attaching url <http://ow.ly/Jled8>".
- Sharing:** Facebook share count of 1927.
- Buttons:** Favorites, DM Outbox, Sent, and a "Schedule" button.
- Bottom Right:** Hootsuite logo.

# Herramientas para programación de contenidos



 **buffer**

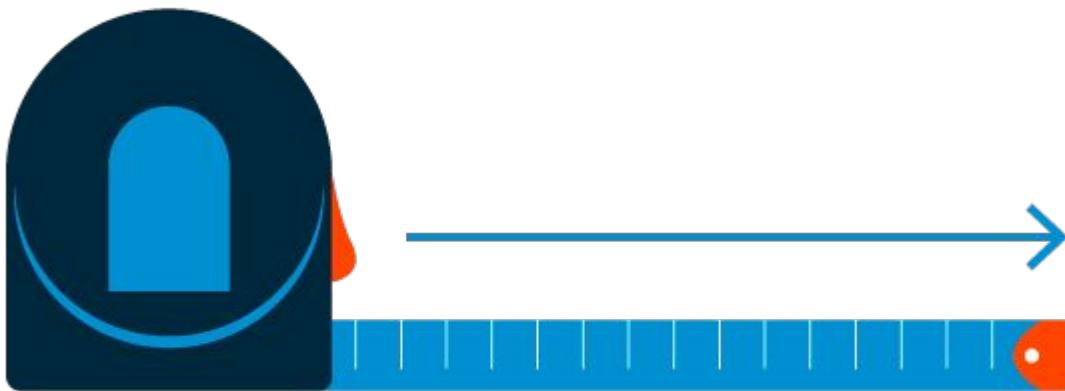
# Analíticas

---

---

# Analíticas

Son datos medibles que arrojan las herramientas web y que nos ayudan a revisar los avances de nuestro trabajo



# Twitter Analytics

<https://analytics.twitter.com/>

 **Estadísticas** Inicio Tweets Audiencias Eventos Más ▾

Platzi ▾  Ir a Ads

 **Página de inicio de la cuenta**

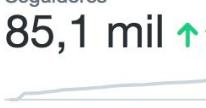
www.platzi.com

APRENDE DE EXPERTOS EN PROGRAMACIÓN,

Página actualizada diariamente

**Resumen de 28 días** mostrando cambios respecto al periodo anterior

Tweets	Impresiones de Tweets	Visitas al perfil	Menciones	Seguidores
972 ↑26,6 %	3,76 M ↑52,9 %	53,9 mil ↑47,6 %	5.031 ↑42,6 %	85,1 mil ↑1.118





**May 2018 • 30 días hasta la fecha...**

---

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 108 mil impresiones

Queremos capacitar al primer millón de profesionales en tecnología de habla hispana ¿nos ayudas a lograr esta meta?

Sólo por hoy, la suscripción de Platzi con descuento por **#PlatziConf** usando este enlace  --> [platzi.com/comprar/conf/](http://platzi.com/comprar/conf/) [pic.twitter.com/JP0cQZwEj5](http://pic.twitter.com/JP0cQZwEj5)

**Mención principal** tuvo 2.434 interacciones

 ◊ **c-137 Tifis** ◊  
@tifis · 15 may.

Este panorama se ve cada vez más en las aulas físicas de clase.

(es @platzi) [pic.twitter.com/oo2RCPOkks](http://pic.twitter.com/oo2RCPOkks)

---

RESUMEN DE MAY 2018

Tweets	Impresiones de Tweets
1.019	3,95 M

---

Visitas al perfil	Menciones
56,2 mil	5.229

---

Nuevos seguidores
1.184

---

ADQUIERE PLATZI EXPERT  
A UN PRECIO ESPECIAL



# Facebook Insights

<https://www.facebook.com/TUFANPAGE/insights/>

Page    Inbox 6    Notifications 69    **Insights**    Publishing Tools    Promotions    Settings    Help ▾

**Overview**

Promotions  
Followers  
Likes  
Reach  
Page Views  
Page Previews  
Actions on Page  
Posts  
Events  
Videos  
Stories  
People  
Messages  
API

**Post Engagements** May 23 - May 29

**2,463** Post Engagement **▲ 6,937%**

**Videos** May 23 - May 29

**10** Total Video Views **▲ 100%**

**Page Followers** May 23 - May 29

**4** Page Followers **▼ 20%**

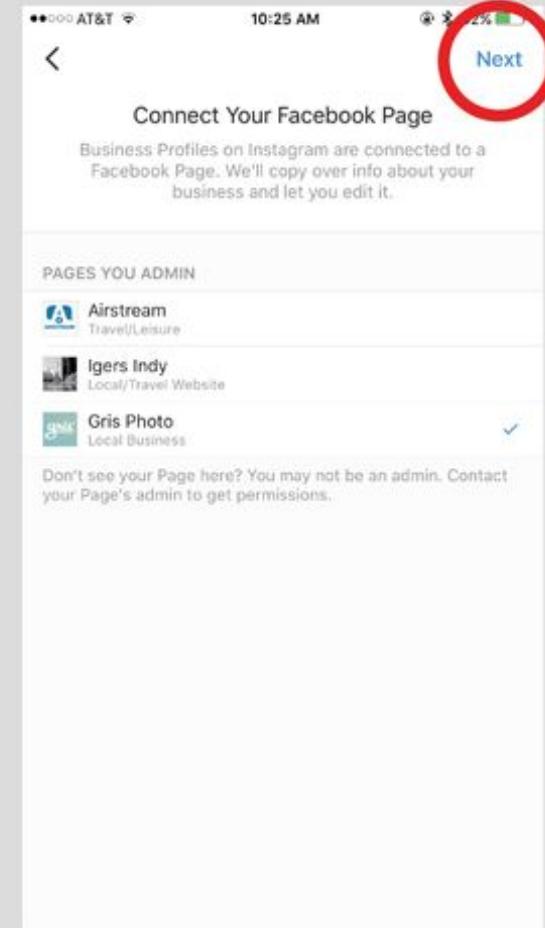
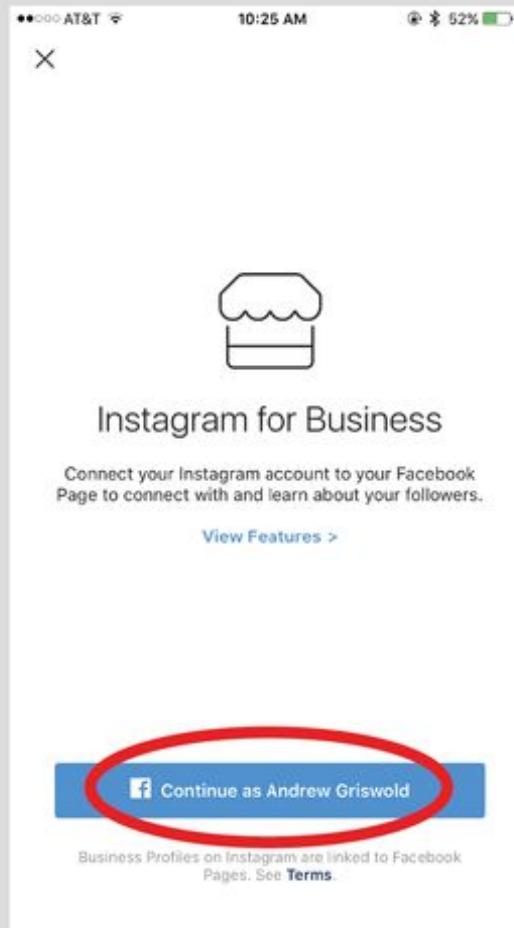
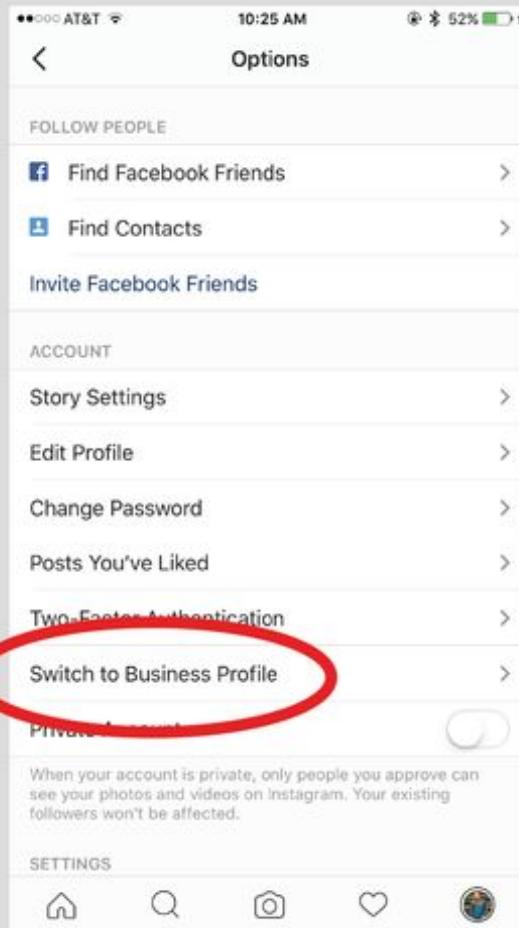
**Your 5 Most Recent Posts**

Reach: Organic / Paid    Post Clicks    Reactions, Comments & Shares

Published	Post	Type	Targeting	Reach <small>i</small>	Engagement	Promote
05/30/2018 11:48 am	#TeamPikachu :D	Video	Everyone	348	74 6	Boost Post
05/30/2018 9:12 am	Quiero cambiar la tablet android de mi mamá porque ya está mu	Text	Everyone	1.7K	420 45	Boost Post
05/29/2018 8:43 am	Send memes para animarme o algo	Text	Everyone	2K	521 57	Boost Post
05/28/2018 9:18 am	Les iba a dar el Buenos días como es costumbre, pero sincera	Text	Everyone	441	16 5	Boost Post
05/28/2018 9:01 am	Recomiéndenme la mejor serie/película del mundo mundial	Text	Everyone	4.1K	962 168	Boost Post

# Instagram Insights

(cambia tu perfil a negocios)



# Instagram Insights

(dentro de la aplicación)



# Instagram Insights

(dentro de la aplicación)

buffer 3

539 posts 21.7 k followers 976 following

Contact Edit Profile

Buffer Software  
Helping you manage social media marketing in one place with scheduling & analytics!

We're #digitalnomads around the world 🌎  
Work • Culture • Travel  
[buff.ly/2ITzdFW](http://buff.ly/2ITzdFW)

More options

Stories

Home Search Create Story

Insights

42,518 impressions  
+910 from last week

TOP POSTS See More >

STORIES See More >

Add photos or videos to your story to

Home Search Create Story

Insights

FOLLOWERS See More >

Mondays

12a 3a 6a 9a 12p 3p 6p 9p

PROMOTIONS See More >

Your active promotions will be shown here.

Create a new promotion

What do these mean? ▾

Home Search Create Story

# YouTube Analytics

<https://www.youtube.com/analytics>

CREATOR STUDIO

- DASHBOARD
- VIDEO MANAGER
- LIVE STREAMING
- COMMUNITY
- CHANNEL
- ANALYTICS**

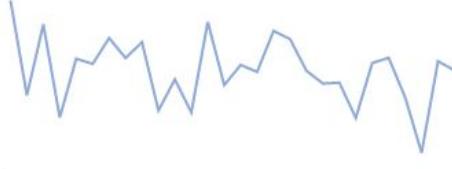
Overview

Search for content  Search for locations  Last 28 days

Subscribed & not subscribed

 **ShivarWeb** verified  
Created: Nov 26, 2011 • Videos: 28  
**CHANNEL**

Last 28 days (Nov 17, 2015 – Dec 14, 2015)

Watch time	Average view duration	Views	Total estimated earnings *
Minutes 1,634 <span style="color:red;">▼</span>	Minutes 2:29 <span style="color:red;">▼</span>	Views 655 <span style="color:red;">▼</span>	\$0.00
			
Likes 1 ●	Dislikes 0 ●	Comments 0 ●	Shares 3 <span style="color:red;">▼</span>
Videos in playlists 2 ●	Subscribers 2 <span style="color:red;">▼</span>		

# Pinterest Analytics

<https://analytics.pinterest.com/>

Your Pinterest profile [More >](#)

Avg. daily impressions **23** ↓ 20.00%

Avg. daily viewers **21** ↓ 11.11%

May 24 26 28

People you reach [More >](#)

Avg. monthly viewers **1,069** ↓ 11.38%

Avg. monthly engaged **29** ↓ 6.25%

May 24 26 28

Want to see more?

Confirm your website to see what people are saving from your domain—you'll know how all your content is doing on Pinterest, not just the Pins you've saved to your profile.

[Confirm website](#)

Top Pin impressions in the last 30 days

	Impressions	Saves	Clicks	Pin type
Lonchera de gato para el almuerzo. Miaw :)	125	0	0	
Mis favoritos para limpiar la piel de noche...	114	0	0	
Decode the wedding dress code: what do ...	46	0	1	R
(No Pin description)	45	0	0	
Estilo	44	0	0	

# Reportería y monitoreo

---

# Ejemplo de reporte cuantitativo

Social Media Quarterly Report Template

Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Chart Design Format

Add Chart Element Quick Layout Change Colors

Chart 13

Follower Growth

Channel	Current Qua	Date Range	Date Range	Date Range
Facebook	35	96		
Twitter	23	47		
Instagram	56	32		
Pinterest	28	81		
LinkedIn	54			
Google+	29			

Follower Growth

Legend: Facebook (Blue), Twitter (Orange), Instagram (Grey), Pinterest (Yellow), LinkedIn (Green), Google+ (Red)

# Ejemplo de reporte cualitativo

**Estadísticas** Inicio Tweets Audiencias Eventos Más ▾

May 2018 • 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 108 mil impresiones

Queremos capacitar al primer millón de profesionales en tecnología de habla hispana ¿nos ayudas a lograr esta meta?

Sólo por hoy, la suscripción de Platzi con descuento por **#PlatziConf** usando este enlace → [platzi.com/comprar/conf/pic.twitter.com/JP0cQZwEj5](http://platzi.com/comprar/conf/pic.twitter.com/JP0cQZwEj5)

ADQUIERE PLATZI EXPERT A UN PRECIO ESPECIAL  
SOLO DURANTE PlatziConf

Ver toda la actividad del Tweet Ver la Actividad del Tweet

**Mención principal** tuvo 2.435 interacciones

c-137 Tifis • @tifis - 15 may.

Este panorama se ve cada vez más en las aulas físicas de clase.

(es @platzi) pic.twitter.com/oo2RCPOKkS



13 10 314 Ver Tweet

**Tweet con contenido multimedia principal** tuvo 48,4 mil impresiones

Ellas fueron los talentos ocultos detrás de la conquista humana en el espacio.  
Programadoras, científicas y madres.  
**#FelizDiaDeLasMadres**  
[pic.twitter.com/iODxSpuCfL](http://pic.twitter.com/iODxSpuCfL)

RESUMEN DE MAY 2018

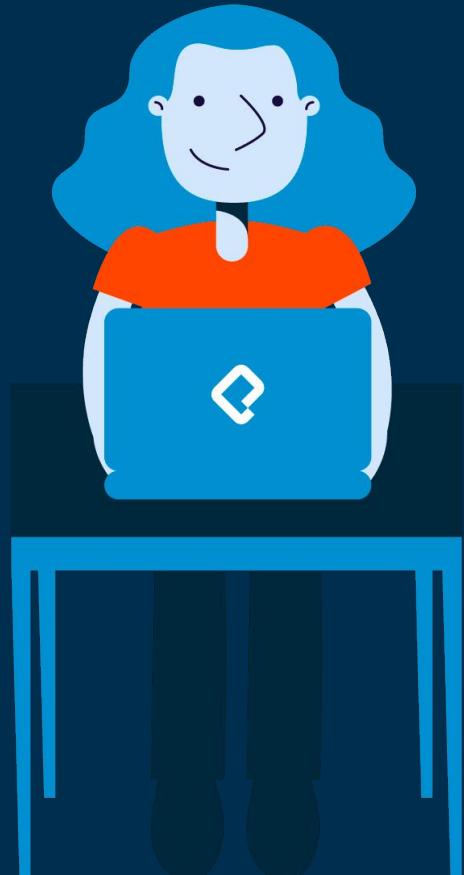
Tweets	1.049	Impresiones de Tweets	4,08 M
Visitas al perfil	57,5 mil	Menciones	5.445
Nuevos seguidores	1.201		

Platzi ▾  Ir a Ads

*"En el último mes tuvimos un crecimiento de visitas a nuestro perfil de un 10% y la publicación más relevante ayudó a enviar tráfico de nuestra promoción del mes"*

---

# Ejercicio



Realiza un informe cuantitativo y cualitativo de tus resultados.  
Adjunta pantallazos de métricas e interpreta tus avances

---

# Participación

- Comentarios de valor
- Seguir cuentas similares



## Cheat sheets

---

Fechas especiales

Revisa que no haya partidos



## Cheat sheets

---

# Responsabilidades del Community Manager

---

# **Código de ética para administradores de comunidades online**

---

---

# Tratado para CM's:

1. Trata de manera justa y honesta a tu audiencia, los empleadores, clientes y posibles clientes, a tus compañeros de trabajo, funcionarios públicos y a los medios de comunicación.
2. Evita publicar contenidos o respuestas que hagan un énfasis innecesario en las características de una persona, incluidos el género, la raza, la etnia, la nacionalidad, la edad, la orientación sexual, las relaciones familiares, las creencias religiosas o cualquier tipo de limitación física o mental.
3. Nunca participes en algún tipo de persecución racial o de género con el fin de aumentar tráfico hacia un sitio web o aumentar el engagement.

---

## Tratado para CM's:

- 4. Haz todo lo posible, dentro de tus capacidades profesionales, para garantizar el buen comportamiento de tu comunidad . Los Community Managers deben informar cualquier forma de acoso, ya sea dirigido a ellos o a otros, a tu cliente o reportar a la plataforma donde se publicó**
- 5. Los Community Managers deben mantenerse informado acerca de las legislaciones y la forma cómo se expresan las religiones en el lugar donde practicará su profesión**
- 6. Conoce las reglas de comportamiento en las redes sociales que manejas. Este cumplimiento no impide que critiques constructivamente o presentes quejas formales ante una plataforma.**

---

## Tratado para CM's:

- 7. Respeta las leyes de derechos de autor. Los Community Managers deben solicitar permiso para publicar contenido de otras fuentes y deben mencionar al autor o propietario de la propiedad intelectual en caso de las licencias Creative Commons**
- 8. Denuncia cualquier tipo de conflicto de interés personal. No permitas que alguien te soborne con dinero o con obsequios para beneficiar interacciones fraudulentas.**
- 9. Evita conductas o prácticas que puedan desacreditarte, a tus clientes, a tu audiencia o a tu competencia.**

---

## **Tratado para CM's:**

**10. No difundas deliberadamente información falsa o engañosa para ganar seguidores. Si por alguna razón publicaste noticias faltas, toma medidas correctivas tan pronto como sea posible ya sea asumiendo públicamente el error o eliminando las publicaciones.**

**Consulta el sitio oficial del código de ética para CM's:  
<http://www.acmcodeofethics.com.au/>**

# Manejo de crisis en RRSS

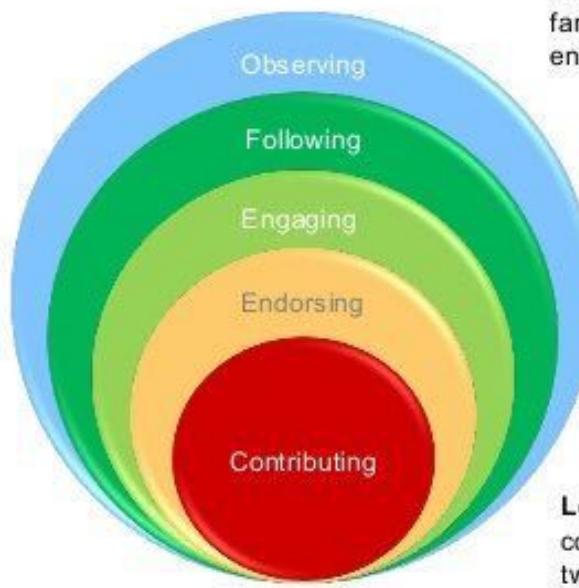
---

---

# ¿Qué debemos medir? - ESTO MEJOR PARA EL CURSO DE ESTRATEGIA DIGITAL

	Facebook	Twitter	LinkedIn
Brand Awareness	Page likes, page visits, impressions, reach.	Followers, impressions, reach, follower/following ratio.	Company page likes, page views, visitors.
Engagement	Post likes, comments, shares, clicks, "stories created."	RTs, favorites, replies, @mentions, clicks, engagement rate.	Likes, comments, shares, clicks, engagement.
Lead Generation	Link clicks to form or gated page, blog subscribe.	Lead generation card clicks, link clicks to gated page, blog subscribe.	Link clicks to form or gated page.

# ¿Cómo interactúan las personas?



**Level 1: Observing** – watching the conversation from a far & simply “lurking” to decide if it’s interesting/valuable enough to join.

**Level 2: Following** – following the brand in some way, i.e. following on Twitter or Liking on Facebook.

**Level 3: Engaging** – interacting in a limited fashion, such as clicking through to read your content, viewing a video, or Liking a wall post.

**Level 4: Endorsing** – actively sharing your content with others, i.e. retweeting, sharing via Facebook, etc.

**Level 5: Contributing** – actively participating in the conversation and interacting with your brand, i.e. tweeting to your brand, posting on your Facebook wall, or commenting on a blog post.



**Fotografía**



**Marca personal**



**Introducción  
al marketing digital**



**Content marketing**



**Facebook ads**



**Marketing voz a voz**



**Instagram ads**



**Illustrator**



**Introducción al  
lenguaje audiovisual**



**Fundamentos  
de diseño**

---

# Código de ética para CM's

---

# Script:

1. Deal **fairly and honestly** with the general public, employers, clients and prospective clients, with their fellow workers, with public officials and the media.
2. Avoid creating or publishing content, posts or replies that **contain unnecessary emphasis on personal characteristics**, including gender, race, ethnicity, nationality, age, sexual orientation, family relationships, religious belief, or physical or intellectual disability.
3. Never engage in **gender or racial baiting** for the purposes of boosting traffic or engagement.
4. Do their utmost, within their professional capacities, to ensure reasonable member conduct within their communities. Community Managers should **report any forms of harassment**, whether directed at them or others, to their employer and to the platforms this activity occurs on.
5. Community Managers should to their utmost to **remain up to date with all relevant legislation** in their regions of practice and community locations, and should comply with these at all times. Note: This does not preclude advocating for change of this regulation or informing its evolution.
6. **Adhere to all relevant rules and terms** on the platforms on which they operate. Compliance does not prevent Community Managers from offering platforms constructive criticism or lodging formal complaints if required.
7. **Respect copyright regulations**. Community Managers should seek permission to re-post content from other sources, and must correctly attribute all copyrighted content to the original owner or licensee (in the case of Creative Commons or similar).
8. **Disclose any personal conflicts of interest**, and not permit payments, gifts or benefits to undermine the accuracy or fairness of their interactions with employers, their communities and the general public.
9. **Avoid conduct or practices likely to bring discredit** upon themselves, their employers or clients and their colleagues.
10. **Do not knowingly disseminate false or misleading information** and take care to address errors and issue corrections as soon as is practicable. Where it is verified that community members have posted other's private information, false or defamatory material Community Managers will act to remove it in a timely fashion.