

IMPULSA COOP SEVILLA

COMPROMISO CON EL ENTORNO
EMPRESA SOSTENIBLE
2018
DEMOCRÁTICA

Financia *



Colabora



* Esta acción está subvencionada por la Diputación de Sevilla

TALLER DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES

¿PARA QUÉ USAR REDES SOCIALES?



▶ NOTORIEDAD



▶ VINCULACIÓN



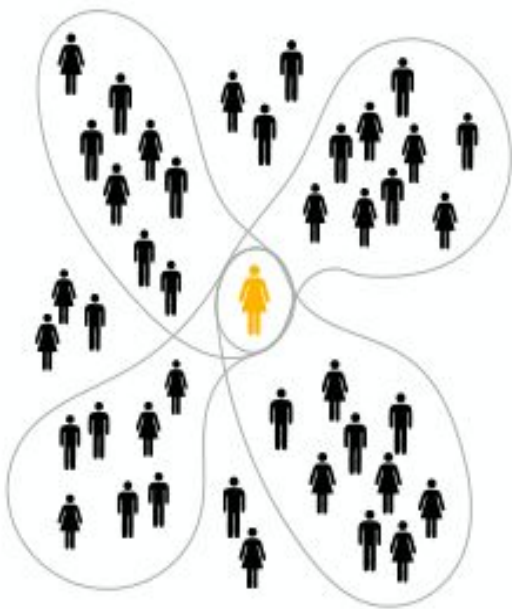
▶ VENTAS, REGISTROS O LEADS



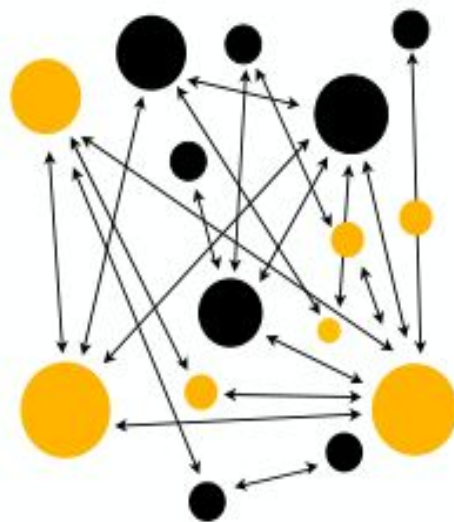
▶ CREACIÓN Y CONOCIMIENTO
SOBRE AUDIENCIA

CARACTERÍSTICAS DE LAS COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES

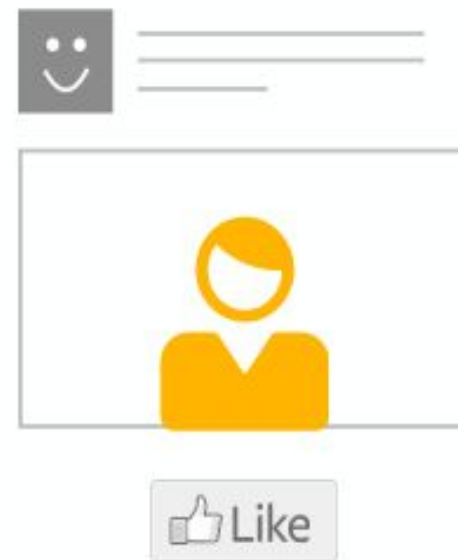
MICROSEGMENTACIÓN



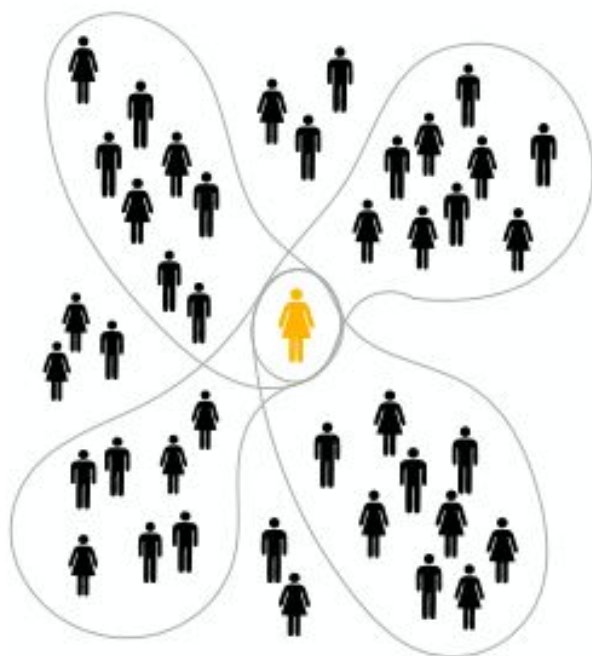
DIFUSIÓN ORGÁNICA



FAMILIARIDAD

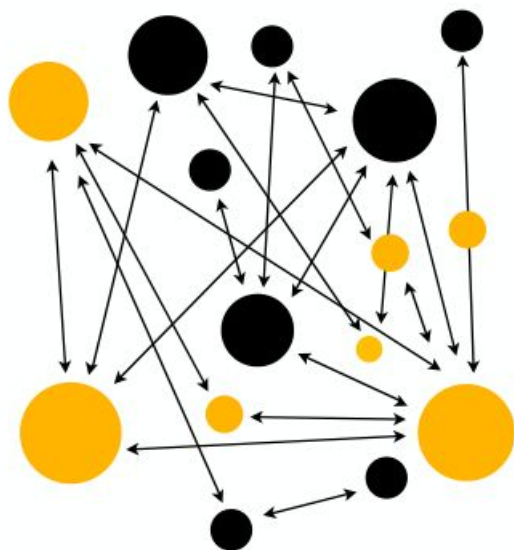


MICROSEGMENTACIÓN



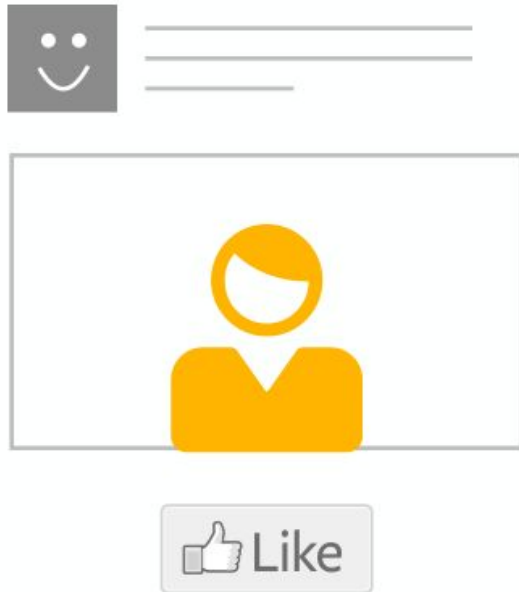
- Los usuarios realizamos cientos de interacciones diarias en las redes sociales.
- Muchas de estas **interacciones crean opciones de segmentación** al instante.
- Por tanto, disponemos de un **perfil sociodemográfico** del “lector” de la red social sin obsolescencia y basado en actos y declaraciones.

DIFUSIÓN ORGÁNICA



- Uno de los principales activos de la publicidad en medios sociales es que los usuarios que la ven pueden interactuar con ella. No sólo “clicar”.
- Cada interacción puede provocar una nueva redifusión del contenido del anuncio, desde ese momento ya sin coste.

FAMILIARIDAD



- En el propio formato del anuncio podemos hacer que aparezca la imagen de un contacto en la red social de quien está viendo el anuncio.
- De esta forma logramos una publicidad menos intrusiva, con mejores tasas de clic y de recuerdo.

LAS FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER



LAS FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER

- **Escuchar:** utilizar las herramientas disponibles en la web, como blogs, foros, wikis... para encontrar lo que los consumidores están diciendo sobre la empresa o marca.
- **Responder:** dependiendo de qué es lo que se esté empezando a decir, responder rápida y apropiadamente.
- **Informar:** transmitir dicha información a las áreas correspondientes dentro de la empresa.
- **Conectar:** uno de los trabajos más importantes es el de conectar al cliente con el área correspondiente de la empresa, cuando el community manager no comprenda los problemas.
- **Realimentar:** seguir escuchando, respondiendo, informando y conectado al cliente con las personas apropiadas.

Community Management Temas legales de interés

Privacidad e intimidad

Protección de datos personales

Derechos de autor

Licencias

Derechos

Morales

de Explotación

Propiedad Industrial

Marcas

Dominios

Delitos y faltas a través
de medios digitales

Amenazas

Injurias y Calumnias

Ciberacoso

Realización de
concursos y sorteos

Bases legales

PRINCIPALES REDES SOCIALES



Facebook

- 1.550 millones de usuarios activos, 21 en España.
- La red de amigos
- 4:23 h semanales de uso medio



Instagram

- 400 millones de usuarios activos, 8 en España,
- La red con mayor crecimiento y todavía [poco usada por organizaciones](#)
- 2:32 semanales de uso medio



Twitter

- 320 millones de usuarios activos, 11 en España
- La inmediatez
- 2:40 semanales de uso medio



Snapchap

- 150 millones de usuarios diarios
- La red más joven (50% tiene menos de 24 años)

PRINCIPALES REDES SOCIALES



Pinterest

- 150 millones de usuarios activos,
- La red más feminizada
- 1:49 horas semanales de uso medio



Whatsapp/ Telegram

El papel de la mensajería instantánea



G+

- 540 millones de usuarios “activos”
- Buscando SEO
- 1:43 horas semanales de uso medio



Menéame

El mayor agregador de noticias de España (9 millones de visitantes únicos al mes)

GESTIÓN DE CRISIS

- Número de menciones negativas.
- Tipo de menciones negativas.
- Participación de influenciadores en el ataque.
- Creación de grupos de en contra de la empresa o la marca.
- Suplantación de la empresa o marca en redes sociales.
- Eventos fuera de línea.

GESTIÓN DE CRISIS

- Ofrecer disculpas y reconocer el error.
- Explicar lo que originó la desviación.
- Explicar las medidas que se han tomado para que no vuelva a suceder.
- Ofrecer garantía o resarcir a los perjudicados (si aplica).



GESTIÓN DE FACEBOOK

Conceptos básicos

- Cuenta
- Página
- Grupos



GESTIÓN DE FACEBOOK

Roles y permisos

	Administrador	Editor	Moderador	Anunciante	Analista	Colaborador en vivo
Administrar roles y la configuración de la página	✓					
Editar la página y agregar aplicaciones	✓	✓				
Crear y eliminar publicaciones en nombre de la página	✓	✓				
Puede transmitir en vivo en nombre de la página desde un dispositivo móvil	✓	✓				✓
Enviar mensajes en nombre de la página	✓	✓	✓			
Responder y eliminar comentarios y publicaciones de la página	✓	✓	✓			



GESTIÓN DE FACEBOOK

Gestión de páginas

- Personalización
- Llamadas a la acción
- Pestañas
- Destacados





GESTIÓN DE FACEBOOK

Herramientas

- Enlaces
- Eventos
- Vídeos
- Fotos
- Video en directo
- Videos automáticos
- Notas
- Facebook ads



GESTIÓN DE FACEBOOK

Métricas

- Me gustas
- Alcance
- Nuestro público
- Hora para publicar



GESTIÓN DE TWITTER

Conceptios

- Perfil
- Tuit
- HT
- TT
- MD
- Me gusta
- Mención
- Servicio



GESTIÓN DE TWITTER

Cuenta colectiva

- Gestionar permisos (tweetdeck)
- Listas
- Followbacks
- Destacados



GESTIÓN DE TWITTER

Nuevas herramientas

- Momentos
- Gifs
- Encuestas
- Hilos



GESTIÓN DE TWITTER

Automatización

- Tweetdeck
- Hootsuite
- Audiense (SocialBro)
- IFTTT



GESTIÓN DE TWITTER

Analítica

Estadísticas Inicio **Tweets** Audiencias Eventos Más ▾

David Aurusa ▾



Ir a Ads

Actividad del Tweet

Últimos 28 días ▾

Exportar datos

Sus Tweets consiguieron **468 impresiones** en este período de **28 días**



SUS TWEETS

Durante este periodo de 28, consiguió **16 impresiones** por día.