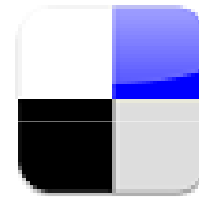


# SMO -SMM



# **Bienvenidos al nuevo mundo**





# Internet social



## Redes sociales

Sitios como FaceBook, LinkedIn, Foursquare u otros permiten conectarse con las personas relevantes para su negocio. Redes con un enfoque más profesional, como LinkedIn, Xing o Viadeo.

En función del tipo de publico que queremos alcanzar, o del país, tendremos que elegir una red social o otra.



## Microblogging

El microblogging, o nanoblogging es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves. Entre los servicios más conocidos están Twitter.

## Marcadores sociales

Con sitios como Digg, del.icio.us o Google, marcamos el contenido que nos interesa, para que luego pueda ser compartido con otras personas.

Ayuda a los internautas a encontrar un sitio y permite generar tráfico, y crear conversaciones alrededor de su marca.



## Sitios de videos e imágenes compartidos

YouTube, Flickr y DailyMotion están al alcance de todos, y son uno de los medios más interesantes para compartir contenido. El formato puede ser un vídeo, una imagen. Ayuda a crear una comunidad alrededor de su marca, y difundir la información a un público amplio.

*Pinterest*



## Redes de contenidos

Sitios como SlideShare, Squidoo, etc. animan a los usuarios a crear contenido, convirtiéndoles en expertos sobre determinados temas. El principal objetivo es construir una comunidad en torno a una cuestión, y hacer que la gente se anime a comentar lo que ha sido escrito.

XING

flickr



## Blogs

Ayudan a dar una voz a su empresa y a humanizar su marca.

Son útiles para poder conversar con sus clientes y permitirles que conozcan mejor su empresa, animándoles a comentar e interactuar con usted.

## Foros de discusión

Se pueden utilizar foros para compartir su opinión o simplemente dar consejos valiosos..

# **SMO -> Social Media Optimization**

Al igual que el SEO y el SEM, busca aumentar la visibilidad de un sitio web, una marca, un producto o un evento, con la diferencia de que no irá dirigido a los motores de búsqueda sino las redes sociales.

Las redes sociales permiten difusión inmediata y, en ciertas ocasiones, nos proporcionan altísimos picos de tráfico.

Tener en cuenta que el objetivo final de un sitio y el posicionamiento es para conseguir tráfico y usuarios fieles

Lo que trataremos en la optimización social es facilitar la difusión de nuestros contenidos por parte de nuestros visitantes.

Tener en cuenta que cualquier contenido publicado debe ser fácilmente reutilizado no solo por nosotros, sino por cualquier usuario que lo considere interesante.



# La publicación de documentos en formatos portables (pdf,doc,...)

Puede ser muy útil para nuestros visitantes la posibilidad de descargarse en una versión imprimible la información de nuestra web (entradas, características de artículos en una tienda, etc).

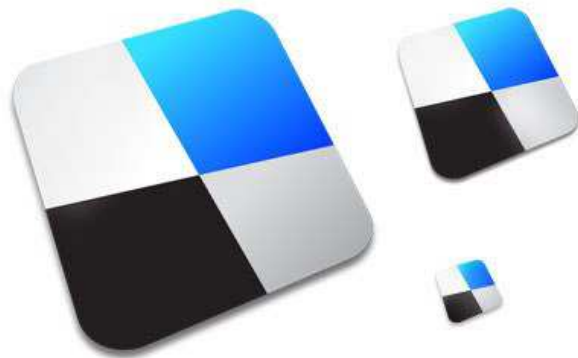
Aunque deberemos de controlar estos contenidos para que no sean indexados por los robots de búsqueda porque podrían encontrar varias veces el mismo contenido en el sitio en formatos muy diferentes.



# Incrementar la divulgación de mis contenidos

Si facilitamos la labor de agregación a “del.icio.us” o la sindicación a “RSS” con botones disponibles y visibles para los usuarios, es más probable que seamos etiquetados y consultados en el futuro, incluso enlazados en otros contenidos de blogs, Twitter y webs.

Para un mejor posicionamiento, no os olvidéis de etiquetar de forma correcta nuestros propios contenidos.







[INICIO](#)[TRAYECTORIA](#)[ACTUALIDAD](#)[MULTIMEDIA](#)[FAN ZONE](#)[CONTACTO](#)




Búscanos en Facebook **facebook**

 **Facebook Developers**  
[Me gusta](#)

 **Facebook Developers**  
The Facebook Developer World HACK's have come to an end. Yesterday we hosted our last one in Moscow and were joined by over 260 developers and a very special guest! Thanks again for everyone who attended and Moxea we will be back.  


A 165,841 personas les gusta **Facebook Developers**.

 Vale  Ivan Isa  Zaka  Katia  Yvonne

 Plug-in social de Facebook

**Xavisys News**[follow on twitter](#)

If you love #twitter and you use #wordpress, you should know that Twitter Widget Pro 1.3.0 was just released! - <http://snurl.com/fox00>  
about 3 days ago from [twhirl](#)

Are there Exciting new things in WordPress 2.8? - <http://snurl.com/fn3bk>  
about 4 days ago from [twhirl](#)

Anyone doing WordPress development for SEO should watch this video by [@yoast](#)  
<http://snurl.com/fi37l> and the slides  
<http://snurl.com/fi37k>  
about 6 days ago from [twhirl](#)

New WordPress plugin released: <http://snurl.com/fd8rz> - Manual Related Links - For those that need total control of related links  
04:52:48 PM April 06, 2009 from [web](#)

El defensa afirma que Deportivo y Celta, primero y segundo clasificados con 9 y 7 puntos más que el Hércules, «no son inalcanzables»

Las diferencias comienzan a ser considerables. La categoría se rompe. La Liga destapa las diferencias. Quedan aún 15 partidos pero los dos primeros clasificados ya miran desde lo alto a sus inmediatos perseguidores. El Deportivo suma ya 57 puntos y el Celta no afloja con 55 después de ganar a domicilio al Valladolid. A siete y nueve puntos les observan tercero y cuarto clasificado, y el Hércules, quinto.

Aún así, los blanquiazules no dan por perdido el ascenso directo. Todavía creen en una posible remontada. Así lo considera Samuel Llorca, capitán del conjunto alicantino. «No son inalcanzables», asevera el defensa, cuando se refiere a la clasificación del Deportivo y el Celta, los dos equipos que ocupan las plazas de ascenso directo a Primera División.

Pese a las diferencias que existen en la tabla, Samuel opina que los dos equipos gallegos «aún no lo tienen todo hecho» y recuerda que el Hércules comandó la clasificación con varios puntos de renta y una racha de malos resultados le retrasó en la tabla. «Antes de Navidad sacábamos nosotros diez puntos a los que venían por detrás y se ha dado la vuelta a la tortilla», insiste y advierte de que el Hércules no debe «obsesionarse con alcanzarles ya, porque quedan aún quince jornadas».

HTML5 tiene muchas virtudes, todo parece indicar que las predicciones de un cambio radical son correctas, pero esta versión del lenguaje todavía es joven y su adopción por los *webmasters* es escasa para poder decir si tiene fallas que impidan su popularización, por lo pronto unos ejemplos de las nuevas aplicaciones de HTML 5.

Fuente: <http://suite101.net/article/html-5-y-sus-ventajas-para-el-diseno-de-pginas-web-a18783>

+ Share / Save

Compartir

Correo electrónico

Facebook

Twitter

Google+

Lockerz Grab

Delicious

Digg

Google Bookmarks

MySpace

StumbleUpon

Reddit

By Lockerz

Siguiente Artículo »

## ÚLTIMOS TWEETS



Alejandro Gómez, Director de Proyectos de Urban Marketing, viaja a Miami para

A 190 personas les gusta Urban Marketing.

# SMM -> (Social Media Marketing)

- Una vez que hemos optimizado nuestra web para que nuestros contenidos sean portables debemos tomar medidas para su distribución
- SMM son todas aquellas acciones que tomamos y que quedan ya fuera de nuestra web para la correcta socialización de nuestros contenidos.
- La creación de perfiles en las distintas redes sociales a las cuales pertenecen nuestros clientes potenciales y la difusión de nuestros contenidos en ellas son parte fundamental de SMM.



# Eligiendo nuestras redes sociales



Facebook, Twitter, Tuenti, Youtube, Google + son algunas de las redes sociales más conocidas y utilizadas en España, pero hay muchas más.

Es importante analizar la empresa y las posibilidades disponibles antes de lanzarnos al mundo de las redes sociales.

Tenemos que averiguar en que redes sociales puede estar nuestro público.

?No tiene sentido que nos metamos en LinkedIn, que es una red social profesional, si nos dirigimos a las amas de casa, o que usemos Tuenti para llegar a un público mayor de cincuenta años.

¿Qué buscas de las redes sociales?

¿Tráfico, fans, evitar que te pongan a parir (o solucionarlo de primera mano antes de que llegue a mayores si te ponen a parir), mejorar el SEO?

El super amigo que añade a todo el mundo, sería un buen ejemplo de uso inadecuado del SMO. Lo que queremos es crear una comunidad con intereses similares y dejar que el poder de la opinión popular haga crecer tus visitas online

Nos debe preocupar más la calidad y no la cantidad.

# Aspectos a tener en cuenta

- Ten en cuenta tus palabras clave a la hora de elegir el nombre de tu página, ya que las páginas de fans son indexadas por Google y pueden lograr un buen posicionamiento.
- Piensa bien si la vas a ilustrar con un logotipo o con una fotografía tuya.
- Sube unas cuantas actualizaciones de estado antes de salir al aire a intentar cautivar a tus fans.
- NO convencerás a ningún fan si todo lo que tienes para mostrarles es un muro vacío.
- Una vez que te lo autorice, cambia la URL de tu fan page para que sea más sencilla de recordar. Podrás reclamar un nombre más amigable ingresando a <http://www.facebook.com/username> una vez que hayas alcanzado unos 25 fans.

# Foto portada y perfil



La foto de portada (851 x 315 píxeles), no puede contener lo siguiente:

- Información sobre precios o descuentos: “menos 10%”.
- Ni información de compra del tipo “descargar XXX en nuestra página web”.
- Nada de información de contacto, dirección web, correo electrónico, dirección postal u otro dato pensado para la sección “información” de tu página de fan.
- Nada de referencias a elementos de la interfaz de usuario de Facebook como “me gusta”/”like” o “comparte”/”share” o cualquier otros elemento nativo de Facebook.
- Nada tampoco de llamadores a la acción, como “hazte fan”, “haz clic...” o “dile a tus amigos”.

Las redes son dinámicas y la idea es generar y mantener una conversación continua con tus fans/amigos/seguidores, que en muchos casos serán también tus consumidores.

Ni son una página web corporativa ni tampoco un perfil personal.

- Ni puedes limitarte a dar información sobre la empresa, como productos y servicios, precios, horarios, etcétera.
- Ni puedes contar tampoco lo que ocurre en cada momento de la vida diaria de tu PYME.



¿Entonces, como nos comunicamos?

# **Generando conversación.**

- Hablar de temas relacionados con tu actividad
- Poner enlaces
- Preguntar a los usuarios
- Organizar eventos y concursos

ofrecerles algo por lo que merezca la pena tenerte  
entre sus amigos en las redes sociales.

# Como conseguir amigos/seguidores

- Podemos escribir mensajes
- Compartir noticias
- Subir vídeos y fotos
- Crear álbumes
- Hacer encuestas
- También podemos comentar en los muros de nuestros amigos o instalar y compartir aplicaciones

# Como conseguir amigos/seguidores

- Habla con ellos
- Anima a tus clientes y contactos a que se añadan a tu página
- Incluye enlaces a tu perfil en tu web, publicidad convencional e incluso en las tarjetas de visita.
- Mantente en contacto con tus usuarios y comparte dudas, mejoras...
- Coloca enlaces a la información detallada en tu propia web o blog.

# Como conseguir amigos/seguidores

- Demuestra tu profesionalidad.
  - Contesta a los comentarios siempre de forma amable y desenfadada cuando sea posible.
  - No borres ningún comentario (siempre que no atente contra los derechos de nadie) solo porque sea una crítica.
- No hables solo de ti
- Participa en los debates de otros
- Publicidad de pago.

# Combina diferentes tipos de posts

## **Textos**

En principio será tu formato por defecto.

## **Vídeos**

Los vídeos son la gran herramienta para que tus fans te conozcan en persona.

## **Fotos**

Sube fotos relevantes con cierta periodicidad, y asegúrate de motivar a tus fans para que ellos también suban fotos cuantas veces quieran. ¿Para qué es esto? Sencillo. Cada vez que lo hacen, una miniatura tuya aparece en el muro del perfil de esos usuarios, y actualiza en las páginas de sus amigos.

## **Enlaces**

Cada vez que postees un enlace en el publicador, Facebook mostrará una vista previa con la opción de miniaturas

## **Eventos**

Fácil y rápidamente puedes crear listas de eventos directamente desde tu publicador para cualquier tipo de evento, sea real o virtual que esté viniendo próximamente. Tus fans podrán fácilmente confirmar presencia, ya que se publicará una página de evento cuando difundes uno de éstos.

## **Encuestas**

Muy útiles para conocer la opinión y gustos de tus fans

## **Etiquetas @**

Puedes etiquetar a un amigo, o a una fan page a la que te hayas sumado, un grupo del que eres miembros, o un evento en el que has confirmado asistencia. Es buena idea usar el etiquetado @ de modo estratégico, de manera que tu post aparecerá en los muros de tus amigos y en los de la página de la etiqueta. Usarlo es fácil, sólo tipeas una @ al escribir tu mensaje, seguido de la primeras dos letras de lo que deseas etiquetar, y en el acto se despliega una lista para que elijas tu opción).

# Incentivar comentarios

Motivar a tus fans para que dejen sus comentarios.

“Trucos” que suelen dar resultado:

- Para actualizaciones de estado, intenta finalizar con una pregunta.
- Sube tus propios comentarios como para dar el empuje inicial.
- No te desentiendas del hilo, y responde a los comentarios de tus fans, si le contestas a un usuario, empieza con “@nombre”.
- Haz el esfuerzo para contestar lo antes posible las preguntas de tus fans.

- Las redes sociales son el lugar perfecto para
  - Dar a conocer nuestros productos
  - Dar información sobre él de forma amena y variada.
  - Generar una confianza y una empatía necesaria para que nuestro negocio.
  - Debemos generar comentarios entre nuestros seguidores que se conviertan en un marketing viral



- Tenemos que aprovechar la inmediatez, la cercanía y la conexión directa que nos proporcionan las redes sociales con nuestros posibles clientes
  - Analizar los horarios mas efectivos teniendo en cuenta cada red.
  - Dar información variada sobre los productos.
    - Además ahora ya no se trata únicamente de “soltar” la información de mi producto y a ver que pasa, tenemos que estar preparados para un feedback.
  - Ver que tipo de información es más efectiva con mi público

Y no os olvidéis de ...

**DESCUENTOS**



**PROMOCIONES**



**CONCURSOS**



**REGALOS**



**EL FAN N° XXX**

- Y SIEMPRE enlazar con la página corporativa/del producto/de la marca.
- Facilitar que el cliente llegue al producto para comprarlo

# Conseguir followers



- Monitoriza, sigue, participa....
- Encuentra usuarios y temas relevantes
- Busca a usuarios que conozcas de otras redes... y a sus seguidores
- Participa en conversaciones relevantes, con respuestas (@) y hashtags (#)
- Retuitea (RT) los mensajes que consideres de interés

# Conseguir followers

- Añade mensajes como favoritos
- Usa las listas de otros usuarios y crea listas propias (los nombres de las listas posicionan ...)
- Sé constante
- Uso de urls acortadas
- También puedes subir fotos y vídeos (yfrog, twitpic...). ¿en tiempo real?

# Conseguir followers

- Programa tus tuits
- Y por supuesto: opina, sé original, pregunta, ayuda, comenta...
- Comparte
- Escucha, escucha y escucha



# ¿Qué se puede medir?

Algunos indicadores pueden ser standard:

- Visitantes que vuelven
- Número de seguidores
- Número de interacciones
- Engagement (en %) vía Facebook y Twitter
- Brand sentiment
- Compararse con marcas de la competencia

# Geolocalización





# Geolocalización

- **¿Qué es la geolocalización?**
  - una forma de localizar geográficamente cualquier tipo de información, bien sea una fotografía, un tweet, la dirección de una empresa, una noticia, un número de teléfono, etc.
  - El que quiera geolocalizar su negocio, deberá hacerlo por si mismo.

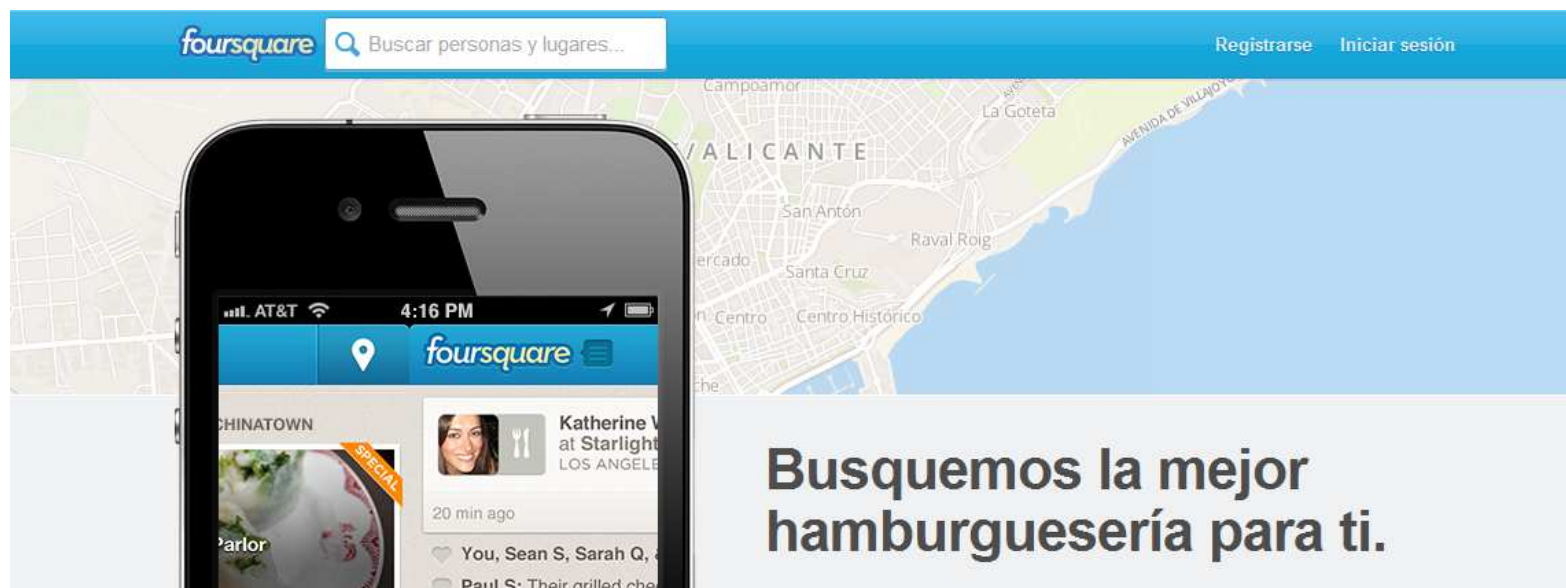
# Curiosidades ...

- Todos los navegadores web modernos incluyen una API de Geolocalización
- Google muestra resultados en sus búsquedas en función de nuestra localización geográfica
- Los dispositivos móviles de la actualidad trabajan para ofrecernos notificaciones y contenido inteligente dependiendo de dónde estemos en cada momento.

# Y en SEO?

“ Cuando hablamos de Geolocalizar nuestro sitio web a nivel SEO, estamos hablando de orientar nuestro sitio web y las campañas de posicionamiento web en buscadores, hacia nuestro público objetivo, haciendo referencia explícita de nuestra ubicación del negocio/sitio web, así como su idioma.

Cuando conseguimos que los buscadores reconozcan nuestro sitio web como perteneciente a un país-idioma, conseguiremos mejorar nuestros rankings en Google para el buscador correspondiente. ”



Busquemos la mejor  
hamburguesería para ti.

## Places

Conecta tu empresa con clientes locales

The advertisement features a woman with dark hair, smiling, and holding a red location pin. She is standing behind a counter in what appears to be a yogurt shop, with a "Fraiche" yogurt cup visible. The background is a red wall with a chalkboard menu. A white speech bubble on the left contains the text: "Google Places nos ha permitido hacer real nuestra historia" and "Google Places nos ayuda a llegar a los clientes de forma proactiva y a construir una gran relación con ellos." At the bottom of the speech bubble, it says "Patama, propietario - Fraiche Yogurt".

Google Places nos ha permitido hacer real nuestra historia

Google Places nos ayuda a llegar a los clientes de forma proactiva y a construir una gran relación con ellos.

Patama, propietario - Fraiche Yogurt

# Como geoposiciono??

*<META NAME="geo.position" CONTENT="latitud; longitud" />*

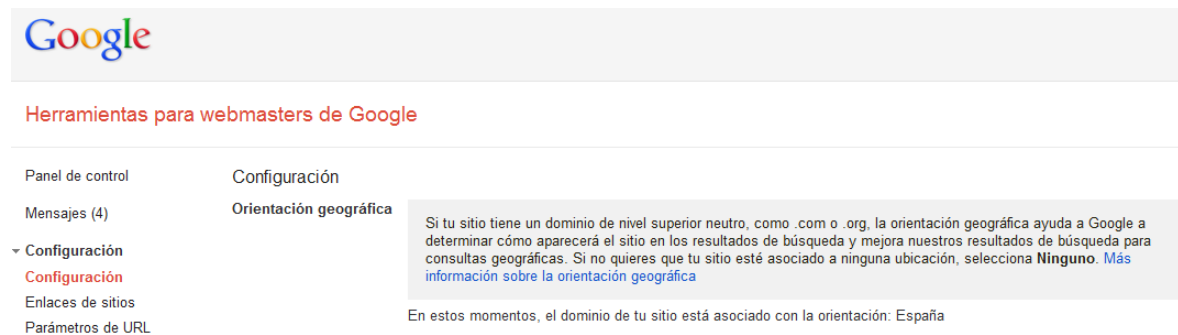
*<META NAME="geo.placename" CONTENT="ciudad " />*

*<META NAME="geo.region" CONTENT="país" />*

[\\*http://www.geo-tag.de/generator/en.html](http://www.geo-tag.de/generator/en.html) -> para generar posición

# Google Geoposiciona ...

- La dirección IP. De los factores mas influyentes. Debes asegurarte que la IP de tu servidor pertenece al país o a la zona donde quieres extender tu mercado
- El dominio elegido. Si es un dominio local como por ejemplo, .es (www.miweb.es) posicionará mejor en Google España, y por tanto para usuarios españoles.
- Una de las herramientas de Google WebMaster Tools.



El contenido de tu web: Google puede geolocalizar tu web automáticamente a partir de tu contenido. Minimizar direcciones físicas que no tengan nada que ver con tu negocio, e incluye en tu sección de contacto tu dirección física y teléfonos locales.

Enlaces hacia tu página: Cuantos más enlaces locales (o de webs geolocalizadas en tu mercado objetivo) tengas apuntando hacia tu web, mejor.

Otros servicios adicionales de Google serán de ayuda, como Google sites, Google maps, etc.