

Lo que  
debes saber  
para usar las

# Redes Sociales

en tu negocio.



## Las **redes sociales**, un puente que une tu marca y tus clientes

Hoy en día es casi indispensable que toda empresa tenga presencia *online*. Una de las maneras como el marketing digital lo consigue es a través de las redes sociales: *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest*, etc.

Es común ver empresas que abren sus perfiles en estas redes en busca de mejoras comerciales, pero ten cuidado, ya que no se deben tener como único medio para vender, sino como una plataforma para impulsar las ventas.

Su idea para mejorar la comercialización es generar un flujo de contactos, comentarios e interacciones (“*likes*” o “me gusta”), del interés de tus seguidores. También pueden ser muy efectivas para conseguir nuevos clientes, ampliar la red de proveedores, generar alianzas y crear conversaciones entre marcas y usuarios. Por eso, saber elegir la red más adecuada para tu empresa es tan importante como aprender a publicar en ella.



A partir de esta guía, entenderás los conceptos básicos para gestionar tus redes sociales, así como sus características, usos y algunos consejos para sacarles el máximo provecho como empresario.



# ¿Por qué usar **redes sociales** para tu empresa?

Las redes sociales son espacios digitales donde personas y organizaciones se conectan, intercambian información y crean relaciones con base en un interés común. Además:



- Te ayudan a personalizar las **relaciones** con tus clientes.
- Te permiten **dar a conocer** tu marca, mostrar sus atributos y las características de tus productos.
- Eliminan las fronteras y distancias físicas.
- **Segmentan** detalladamente el público objetivo al que deseas llegar.
- Ayudan a **impulsar tus ventas** de forma gratuita. Si deseas ampliar el alcance a más clientes, puedes invertir en publicidad.
- Permiten hacer seguimientos a la **satisfacción de tu cliente**, a la entrega y recibo de productos, sugerencias y reclamos después de haber realizado la venta.





# Glosario



## **Alcance:**

hace referencia a la cantidad de personas que han visualizado tu publicación, ya sea un vídeo, una imagen, anuncio, entre otros.

## **Emojis:**

son imágenes o pequeños dibujos que se usan para expresar ideas, emociones o sentimientos en medios digitales.

## **Facebook Ads:**

es la plataforma publicitaria de Facebook donde las marcas pueden pagar para ser promocionadas ante su público objetivo.

## **Fan page:**

página creada dentro de una red social que representa a una marca o empresa.

## **Hashtag:**

es una etiqueta formada por una o más palabras escritas juntas (sin espacios) que van precedidas por el símbolo #. Sirve para encontrar contenido en una red social, evocando marcas o empresas.  
Ejemplo: #DestapaLaFelicidad

## **Perfil de usuario:**

es la información pública que los demás usuarios de la red tendrán de tu empresa, como el nombre, imagen, servicios, entre otros.

## **Plan de contenidos:**

define qué contenido se debe publicar en cada momento y a través de qué canal, su objetivo, a quién va dirigido, cómo se implementa y cómo medir su resultado.

## **Post:**

es una entrada o publicación de cualquier tipo en una red social.

## **Seguidores:**

(*followers*) son las personas que por decisión propia se suscriben al perfil de tu empresa para recibir todas sus actualizaciones.

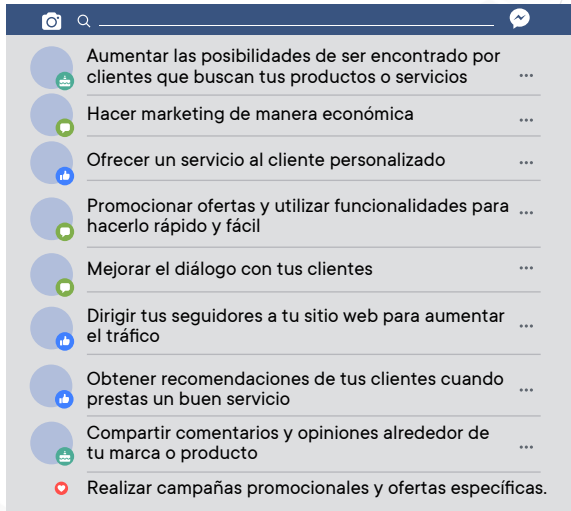
## **Viralizar:**

compartir o propagar un contenido en Internet de forma masiva y gratuita.



## Facebook

Es la red social más popular en todo el mundo. Para las empresas, es un gran aliado en su estrategia de marketing digital, ya que además de promocionar productos o servicios, permite:



A mockup of the Facebook interface showing a list of benefits for businesses. The list includes:

- Aumentar las posibilidades de ser encontrado por clientes que buscan tus productos o servicios ...
- Hacer marketing de manera económica ...
- Ofrecer un servicio al cliente personalizado ...
- Promocionar ofertas y utilizar funcionalidades para hacerlo rápido y fácil ...
- Mejorar el diálogo con tus clientes ...
- Dirigir tus seguidores a tu sitio web para aumentar el tráfico ...
- Obtener recomendaciones de tus clientes cuando prestas un buen servicio ...
- Compartir comentarios y opiniones alrededor de tu marca o producto ...
- Realizar campañas promocionales y ofertas específicas.

Si quieres invertir en *Facebooks Ads* y generar un mayor alcance en tus publicaciones, accede a este curso gratuito:

<https://www.facebook.com/business/learn>

# ¿Cómo crear una cuenta para tu empresa en Facebook?

Para crear una cuenta de empresa en Facebook, es necesario tener un perfil personal. Si todavía no lo tienes, puedes crearlo de forma fácil y rápida ingresando a <http://www.facebook.com/> A continuación debes presionar el botón “**crear cuenta nueva**” y seguir los pasos que indica la plataforma.

Cuando tengas tu perfil listo, puedes proceder a crear la página de tu negocio.

1. Haz clic en “**crear**” en el menú superior.
2. Selecciona “página”
3. Haz clic en “Negocio o marca”
4. Sigue los pasos y completa toda la información de tu empresa



Recuerda agregar a tu perfil una **foto** y una **imagen** de portada



# Instagram

Esta es una plataforma pensada para ser usada desde el celular. Allí se comparten fotos de todo tipo de productos, videos cortos e historias del día a día, encuestas pequeñas y transmisiones en vivo que generan contenido atractivo e interactivo con el público de tu empresa. *Instagram* te permite:



El uso desde el **computador es muy restringido**, no te permite cargar fotos ni acceder a todas las funcionalidades de la aplicación.



FloresDelCampo  
Sponsored



- Interactuar con tus receptores. A través de comentarios y **“me gusta”** se aumenta y fortalece la cercanía con tu público.
- Promocionar tus productos y servicios. Las imágenes y videos deben hablar por sí solos. Además, puedes **invertir en pauta publicitaria** para que tengan un mayor alcance.
- **Reflejar tu cultura empresarial**, sus valores y principios. Tu contenido debe mostrar una imagen positiva de tu empresa, así inspirará y dará credibilidad a tus usuarios.
- Usar *emojis* y etiquetas. El contenido se puede acompañar de *emojis* para hacer más cercano el tono de comunicación, así como **hashtags (#)** o etiquetas para generar un mayor alcance y reconocimiento de la marca, producto o servicio; no es recomendable abusar de ellos. Esta estrategia también aplica para las demás redes sociales, principalmente *Twitter*.



20.451 views  
View all 245 comments  
2 DAYS AGO

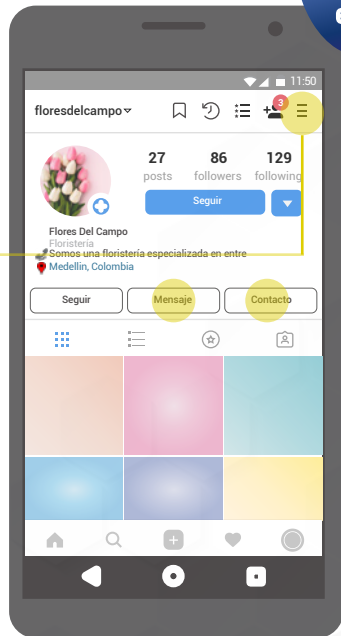
## ¿Cómo crear un perfil de **Instagram** para tu empresa?

Los perfiles de empresa en Instagram permiten que los seguidores puedan contactar fácilmente a la compañía a través de una llamada o correo electrónico.

Para modificar tu información, hacer promociones y obtener ayuda, puedes hacer clic en las 3 líneas que encontrarás en la esquina superior derecha de la pantalla.



Recuerda actualizar en tu perfil la información de contacto, tu número celular, mail, dirección, para que **tus usuarios puedan contactarte fácilmente.**







## Twitter

Esta red social es útil para empresas que necesitan publicar **información corta constantemente** o brindar un servicio al cliente de forma masiva. Te ayudará para dar a conocer tu empresa a través de la conversación. Existen una gran variedad de perfiles: desde cuentas presidenciales y de medios de comunicación, hasta perfiles de famosos. *Twitter* te permite:

Resolver dudas y quejas de los usuarios, así como dar “retweet” (compartir) de los buenos comentarios que se reciben. La comunicación debe ser directa, rápida y cercana, respetando los protocolos y lineamientos de la empresa



Seguir

Prestar un servicio al cliente en tiempo real. Así puedes posicionar tu empresa como una marca personal y conocer los valores y experiencias que desean tener sus clientes.



Seguir

Fidelizar a tus clientes a partir de mensajes o cortas conversaciones sobre el producto o servicio.



Monitorear lo que se dice de tu producto, servicio o marca.



Seguir

Dar seguimiento a la competencia a través de sus conversaciones con los usuarios.



Seguir

Convertirte en líder de opinión, ya que los usuarios te perciben y reconocen como una empresa que puede asesorar y recomendar.



Seguir

Para crear una cuenta, puedes ingresar a **www.twitter.com** o descargar la aplicación en tu teléfono. El registro es muy sencillo; solo es necesario un nombre que va precedido de “@” y que idealmente debe ser el nombre de tu empresa y un número de teléfono. Por ejemplo: **@LaTiendaDePacho.**

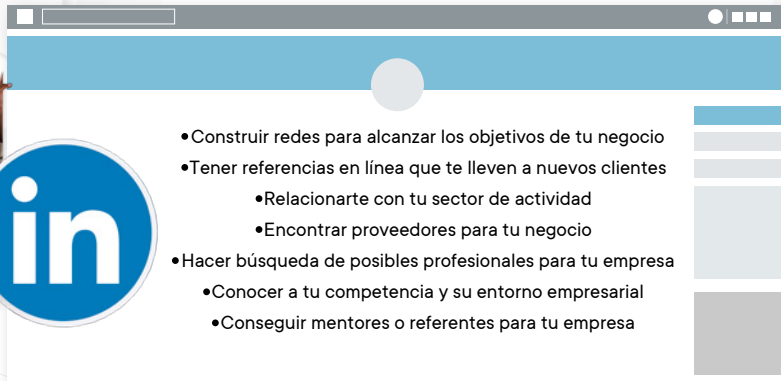


**Requiere atención constante**  
Hay muchos perfiles que a veces solo buscan molestar a las marcas y empresas



## LinkedIn

Esta es una red social profesional, esto quiere decir que se dedica a las relaciones corporativas, donde las grandes empresas se promocionan y reclutan empleados, se intercambian experiencias laborales, se hace *networking* (red de contactos) y se puede ver el perfil profesional de todos los contactos.



No todas las personas en edad laboral activa tienen un perfil activo en *LinkedIn*. Para llegar a todas ellas, debes **complementar tu estrategia con otras redes sociales.**



## Conoce el caso de José y su Hostal: **Guatapé** **querido**



José heredó de sus padres una casa en Guatapé con 10 habitaciones. Se le ocurrió crear un hostel para recibir viajeros de todo el mundo y vivir de ello. Cuando el **“Hostal Guatapé querido”** estuvo listo, José no sabía cómo darlo a conocer.

Empezó a buscar una estrategia en la que no tuviera que invertir mucho dinero. Con el *“boom”* digital, le pareció buena idea estar presente en todas las redes sociales que él conocía, por lo que abrió perfiles para su negocio en *Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Pinterest* y *Youtube*. En todos publicó una foto del hostel acompañado de un texto que decía: **“Abrimos a partir del 3 de abril. Los esperamos”**.

Pasaban los días y sus huéspedes eran solo sus amigos. José se frustró y no volvió a revisar ni publicar contenido en sus redes.

**Había creado demasiados perfiles sin tener claro la función de cada uno**, el tipo de contenido que debía publicar y con qué frecuencia.

Además, no tenía actualizada la información de su negocio: dirección, número de teléfono, horarios, entre otros. Los clientes no tenían forma de hablar con el personal del hostel y las pocas personas interesadas no obtenían respuesta oportuna a sus dudas y requerimientos.

Con ayuda de un experto, **José replanteó su estrategia y definió su público objetivo**: parejas que buscaban un descanso el fin de semana y viajeros del mundo con poco presupuesto. José entendió que debía elegir solo las redes sociales que se ajustaban a su tipo de negocio y objetivo, reduciendo la lista a solo 2: *Facebook e Instagram*.

Creó un plan de contenidos para las redes sociales, con imágenes, videos del hostel, testimoniales, información turística del destino y más. Cada publicación invitaba a recibir más información para visitar el hostel.



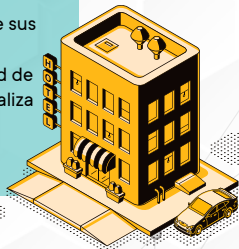
En **Facebook** mostraba las **características** del hostel y cómo las parejas podían vivir una romántica velada en Guatapé.



Mientras que **Instagram** lo dirigió hacia los viajeros del mundo, con publicaciones en inglés, historias cortas del día a día en el hostel y **fotos** de los hermosos paisajes.

Además, comenzó a usar **hashtags (#)** estratégicos en cada publicación. Con **#GuatapéQuerido** sus clientes podían encontrar de manera fácil las publicaciones relacionadas con el hostel y hacer las suyas propias.

Poco a poco el Hostel Guatapé querido empezó a ganar seguidores y huéspedes. De sus ganancias mensuales y de la mano de expertos, José comenzó a crear **publicidad online** en las plataformas de *Instagram* y *Facebook* para llegar a una mayor cantidad de personas, **segmentadas** por sus gustos, intereses, edad y ubicación. Ahora, José analiza los resultados mensuales obtenidos y toma decisiones estratégicas para continuar creciendo.



Aquí te damos unos **ejemplos de empresas** y cómo utilizan las **redes sociales** para fortalecer sus negocios, captar clientes y mejorar sus estrategias de marketing digital.

Al tener clara tu **estrategia y tu público objetivo**, podrás reconocer más fácilmente las redes indicadas para tu negocio.

NEGOCIO	PÚBLICO OBJETIVO	REDES SOCIALES RECOMENDADAS	ACCIONES	OBJETIVOS PRINCIPALES
Repostería <b>(Empresas productoras de alimentos)</b>	Empresas y Personas que les gusta el dulce	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografías de productos</li> <li>• Videos cortos</li> <li>• Contenido de interés</li> <li>Recetas en casa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logra un gran alcance</li> <li>• Dar a conocer sus productos</li> <li>• Aumentar el tráfico a su sitio web</li> <li>• Fidelizar a sus seguidores</li> </ul>
Grupo musical de rock <b>(Servicios personales o de entretenimiento)</b>	Jóvenes y adultos amantes del rock	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos</li> <li>• Videos y fotografías</li> <li>• Fotografías e historias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer su grupo</li> <li>• Fidelizar a sus seguidores</li> <li>• Conseguir nuevos fans</li> </ul>
Productos nutricionales <b>(Empresas de productos para la salud)</b>	Personas que buscan una alimentación saludable	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido con beneficios de sus productos</li> <li>• Testimoniales</li> <li>• Recetas saludables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tráfico a su sitio web</li> <li>• Construcción de la imagen de marca</li> <li>• Agregar contenido de valor</li> </ul>

NEGOCIO	PÚBLICO OBJETIVO	REDES SOCIALES RECOMENDADAS	ACCIONES	OBJETIVOS PRINCIPALES
Distribuidora de impermeabilizante para construcción <b>(Empresas de comercio y servicio de asesoría para aplicación del producto)</b>	Constructoras	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videos</li> <li>• Catálogos y fichas técnicas</li> <li>• Fotografías de fachadas y videos de aplicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tráfico a su sitio web</li> <li>• Reputación en la web</li> <li>• Incrementar su base de datos</li> </ul>
Revista digital de cultura <b>(Empresas digitales dedicadas a la cultura)</b>	Personas y empresas que disfrutan de actividades culturales	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tweets cortos con información de eventos</li> <li>• Buscar redactores profesionales y voluntarios</li> <li>• Contenido de interés general</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tráfico a su sitio web</li> <li>• Aumentar la credibilidad de la empresa</li> <li>• Aumentar su comunidad <i>online</i></li> </ul>
Alquiler de carros para eventos <b>(Empresas de servicios)</b>	Empresas y personas naturales	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografías y videos</li> <li>• Servicio al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer sus servicios</li> <li>• Credibilidad</li> </ul>

# Prácticas recomendadas en redes sociales



1. Cada táctica que definas para tu empresa debe estar alineada a tu objetivo y a tu público.
2. Recuerda: “menos es más”. No vale la pena perder tiempo tratando de generar una comunidad en cada red social. Es mejor definir una o dos y crear un plan de contenidos que puedas seguir.
3. Si la comunidad que estás creando no interactúa con tus publicaciones, no da “me gusta” y no comenta lo que haces, es un indicador de que puedes mejorar tu estrategia.
4. Comunica lo que deseas a través de mensajes cortos y claros. Algunas redes limitan la cantidad de caracteres que puedes escribir y, además, tus seguidores no querrán leer un largo texto.

5. Antes de intentar vender u ofrecer tus servicios a través de redes sociales, asegúrate de tener una presencia sólida para generar confianza en tus clientes potenciales.
6. Ofrece contenidos de valor para tus seguidores, tómate el tiempo de conocerlos, escucha sus ideas o quejas y personaliza tus mensaje.
7. Evita eliminar los comentarios negativos y enfócate en resolver las dudas y quejas de tus seguidores.
8. Asigna a personas con conocimiento de la empresa y de las redes para gestionar la información.





# Descubre la verdad

sobre algunas afirmaciones frente al uso de

## redes sociales

1.

**No es necesario tener un perfil en todas las redes sociales**

**VERDADERO.** Dependiendo de la empresa que tengas, algunas redes funcionan mejor que otras. Hay que definir el objetivo y a quién se quiere llegar. Si existe una red social dedicada a crear contactos profesionales, no tiene mucho sentido que aparezca un anuncio de una marca de ropa para niños.

2.

**Se recomienda publicar lo mismo en todas redes sociales**

**FALSO.** Cada red social tiene un objetivo diferente; no todas funcionan igual ni el usuario es el mismo. Se debe adaptar la estrategia y el mensaje para evitar el “copy & paste”. Debes saber que existen herramientas como *Hootsuite* que permiten programar contenido; así podrás dejar listo tu post con anterioridad y automáticamente será publicado en el día y hora elegidos.

3.

**Solo se trata de crear contenido y programarlo.**

**FALSO.** Se debe pensar y analizar lo que se va a publicar, pues debe ir alineado con la empresa. Además, es necesario buscar la manera de que la comunidad participe y se interese por lo que se está compartiendo.

4.

**Tener Redes Sociales significa vender**

**FALSO.** Crear perfiles empresariales y conseguir un millón de seguidores no garantiza las ventas. Por ningún motivo se recomienda comprar seguidores. Las redes sociales son un soporte a tu estrategia de marketing digital y deben estar acompañadas de otros medios y plataformas.





Te invitamos a conocer más  
sobre cómo el mundo digital  
te ayudará a ser más

**eficiente,  
productivo  
y crecer en tu empresa.**

- Guía N° 1.** Principios del Marketing Digital
- Guía N° 2.** Lo que debes saber para usar las redes sociales en tu negocio
- Guía N° 3.** Sitio Web. El elemento central de la estrategia
- Guía N° 4.** *E-commerce*. Cómo tener una tienda *Online*
- Guía N° 5.** Posicionamiento web. Cómo lograr que tu empresa aparezca en los buscadores
- Guía N° 6.** Analítica web para empresas. Úsala a tu favor
- Guía N° 7.** Medios de pago para el *e-commerce*
- Guía N° 8.** Aspectos legales para tener en cuenta en el comercio electrónico



“Las empresas que entienden las redes sociales son aquellas que con su mensaje dicen: **te veo, te escucho y me importas**”

Trey Pennington

