

EXPERTOS REDES SOCIALES



ANTONIO VALLEJO CHANAL

Agencia de Marketing Digital
The Social Media Lab



Formación continua en marketing digital para PYMEs

El marketing digital permite a las empresas (grandes y pequeñas) aprovechar las ventajas de Internet y de las tecnologías digitales en línea, para promover sus productos y servicios. Pero, sobre todo, para posicionar su marca.

Basta con tener un dispositivo móvil conectado a Internet y alguna de las aplicaciones que publican en redes sociales, para poder compartir contenido de nuestro negocio de manera directa e inmediata.

En función de los medios con los que cuente el negocio, esta actividad puede realizarse de manera autónoma o bien bajo el amparo y el conocimiento de alguien externo y ajeno a la empresa, pero que mantenga un conocimiento exhaustivo de su actividad, así como de los productos y de los servicios que merezca la pena promocionar en cada momento.

El acceso a las redes sociales más populares es gratuito. Facebook, Instagram, TikTok, Google MyBusiness, Twitter, Pinterest, LinkedIn cuentan con sus propias apps o aplicaciones que pueden ser descargadas en todos los sistemas operativos para dispositivos móviles. Y su uso no es complicado.

Todas estas redes sociales tienen en común una serie de elementos:

- 1 Llegar al mayor número de usuarios posibles dentro del entorno local más próximo de la aplicación.
- 2 La tipología de contenidos que puede ser actualizado y publicado en cada una de ellas, en donde las imágenes y los vídeos son los reyes.

EXPERTOS REDES SOCIALES

- 3 El formato de las publicaciones que, cada vez más, tiene a homogeneizarse para intentar captar la atención de los usuarios de cada una de las redes sociales, pero también para hacer que sus contenidos propios sean también más atractivos y cautivadores.
- 4 La sencillez de manejo que contrasta con la dificultad para conseguir posicionar o colocar los contenidos de nuestra empresa en las primeras posiciones del nicho: es decir, conseguir que lo que publicamos sea visto por quien queremos.
- 5 El juego social, en donde, además de conseguir que las publicaciones que realicemos sean vistas, también hemos de lograr un mayor engagement: término que quiere decir conseguir un mayor volumen de interacciones y de interés por parte de las personas que vean nuestros contenidos.

Consultoría y formación continua especializada, es la respuesta

El manejo de las redes puede parecer simple y sencillo. Subir una fotografía o un vídeo, y añadirle un texto, no parece nada complicado. Sin embargo, nuestra marca, nuestros productos y servicios requieren de un tratamiento profesionalizado para obtener resultados.

Para empezar, el texto que subamos ha de cumplir una serie de características, empezando por la correcta redacción, a parte del uso de emojis o de iconos que realcen y subrayen determinados elementos, y siempre dependiendo del público al que nos dirijamos.

Las imágenes no necesariamente han de ser profesionales, pero sí frescas y que sean capaces de transmitir algo más que el propio producto en sí. Pasa lo mismo con los vídeos: los que se corporativizan olvidan la frescura y la improvisación (aunque sea muy trabajada) y muchas veces dejan de atraer la atención del público por monótono o por contener demasiada información y no divertir y captar la atención.

Los formatos a utilizar también son importantes. Así como los tiempos y el momento en que cada contenido deba de publicarse. Huyendo siempre de tratar de tener o de encontrar una hora específica de publicación, pero siempre teniendo en cuenta cuándo voy a tener al mayor número de mis seguidores en línea para poder llegar a ellos. Aunque esto no es lo más importante.

EXPERTOS REDES SOCIALES

La actualización y la cadencia de publicación son esenciales. Muchas veces los propósitos se abandonan por falta de tiempo, y dar a conocer los productos y los servicios de tu empresa es una tarea igual o más importante que la de venderlos directamente. La diferencia es que cuando contratas publicidad para promocionar tu negocio, tienes la seguridad de que va a estar llegando a tus posibles clientes de manera continuada, sin que la mano del propietario tenga que hacer nada. Con las redes sociales pasa un poco lo mismo: si no se tiene tiempo hay que dejar que alguien lo tenga por ti.

La formación y la consultoría en marketing digital no son tan caros



Siempre hay lugar para las objeciones económicas cuando se trata de invertir en este tipo de servicios profesionales. Pero no es así. De hecho, los beneficios que se consiguen suelen superar con creces al gasto invertido. Por que sí, al final se trata de una inversión para conseguir posicionar y dar a conocer la actividad de la empresa.

Por supuesto el coste va a depender de lo que se espere conseguir o de lo que se haya especificado como necesidad profesional. Y puede suponer un ahorro significativo de otros costes asociados, porque el trabajo de publicar en las redes sociales lo puede hacer (finalmente) uno mismo o alguien vinculado a la empresa, y tan solo contar con el consejo experto sobre cómo mejorar día a día con el trabajo realizado.

Casi siempre se suelen externalizar servicios como el de la asesoría fiscal o laboral, porque, en la mayoría de los casos, nos quita problemas derivados de una mala contabilidad o falta de conocimiento sobre cómo tratar con Hacienda, y porque (sobre todo) eludimos una responsabilidad a largo plazo, que dejamos caer y reposar sobre unas personas a las que pagamos por ello.

Con las redes sociales debería de pasar algo similar. Porque han llegado para quedarse. Sea en este formato o en el que venga. Eso va a depender de las actualizaciones a las que nos veamos sometidos los usuarios.

EXPERTOS REDES SOCIALES

La gestión de las redes sociales no es un servicio caro. De hecho, desde mi propia experiencia, es uno de los servicios que mejor se adapta a los ingresos (o a los gastos) de las empresas. Siempre dependiendo de lo que el cliente necesite ejecutar y trabajar.

En otro orden de cosas, hay que pensar en este servicio como una inversión, creo que he hablado de ello anteriormente. Aunque como en otras actividades que se subcontratan, no es algo que se deba de dejar, porque su abandono o mal funcionamiento, podrían perjudicar todo el trabajo realizado hasta el momento del cese de esa actividad.

Enfocados a resultados, pero sobre todo empatía

Los resultados son siempre la parte que más demanda el cliente. Pero la gestión de la comunicación digital y del marketing digital es siempre una carrera de fondo, donde se trata de ir sembrando con el objetivo de crear una base sólida sobre la que afianzar la marca, sus productos y sus servicios.



La formación continua ayuda a mantener ese contacto estrecho con el negocio, sus resultados en el área que nos compete, y permitirnos adaptarnos a las necesidades del cliente. Las redes sociales no son estructuras lineales. Siempre se aprende de la competencia o de las tendencias que llegan con aire fresco: como propiciar una vinculación entre dos redes sociales como TikTok e Instagram (sugerida al cliente #2) con el objeto de viralizar el contenido desde TikTok (más fresco y dinámico) y redirigir al potencial cliente a la Instagram: haciendo la cuenta privada para que solo los interesados puedan ver los contenidos de calidad que allí se encuentren.

La consultoría, facilitada mes a mes, ayuda a entender el negocio, a estructurar las campañas, y a reajustar los resultados a objetivos.



THE
**SOCIAL
MEDIA**
LAB

CEO / Antonio Vallejo Chanal
Agencia de Marketing Digital
The Social Media Lab
WWW.ANTONIOVCHANAL.COM