



Social Business
GUÍA CORPORATIVA PARA EL

MANEJO DE REDES SOCIALES

WWW.HIPERESTRATEGIA.COM

AV. 6 DE DICIEMBRE Y COLÓN, EDIFICIO ANTARES, 5TO PISO, OF. 504. TELÉFONO: (593 2) 2508263

SOCIAL BUSINESS

GUÍA CORPORATIVA PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES

TABLA DE CONTENIDOS:

1. Introducción.
2. ¿Cuáles son las mejores maneras de sacar provecho de las redes sociales para tu empresa?
 - 2.1 ¿Qué ventaja hay para las empresas B2B en las redes sociales?
 - 2.2 Hay 3 maneras esenciales en que las empresas pueden sacar ventaja de las redes sociales.
3. Las redes sociales generan tráfico.
 - 3.1 Tráfico de Redes Sociales.
4. Las Redes Sociales generan leads (prospectos/oportunidades de ventas).
5. ¿Cómo obtener ROI de tus Redes Sociales?
 - 5.1 Tiempo dedicado exclusivamente a tus redes sociales.
 - 5.2 Contenido.
 - 5.3 Más Contenido.
6. Medir y Monitorear - Análisis.
 - 6.1 Facebook Insights.
 - 6.2 Estadísticas de las páginas de LinkedIn.
 - 6.3 Estadísticas de su sitio Web.
7. Checklist de las mejores prácticas de Redes Sociales para empresas.
8. Las claves para un manejo exitoso de redes sociales corporativas.



1. INTRODUCCIÓN

Estamos empezando un nuevo año y este es el mejor momento para ganar tracción y ventaja a través de un manejo corporativo de las redes sociales de tu empresa.

El panorama de social media cambia todo el tiempo. Estamos a más de 5 años del boom de las redes sociales en Ecuador. Las plataformas sociales se han convertido en herramientas de uso diario de las personas y en un grado cada vez mayor, de las empresas también.

Lo mismo sucede para las empresas B2B, donde la conversación dejó de hablar de videos virales o grandes cantidades de seguidores de Twitter. Ahora nos enfocamos en construir una presencia digital centrada en el usuario y, en este contexto, las redes sociales son el complemento perfecto para los sitios web. Allí los clientes y prospectos interactúan con las marcas, nos dan feedback valioso de nuestro producto y conocen mejor nuestros servicios. Muchas compañías usan también sus canales sociales para dar servicio al cliente.

2. ¿CUÁLES SON LAS MEJORES MANERAS DE SACAR PROVECHO DE LAS REDES SOCIALES PARA TU EMPRESA?

ACEPTACIÓN | MEJORES PRÁCTICAS | MONITOREO Y ANÁLISIS

2.1 ¿QUÉ VENTAJA HAY PARA LAS EMPRESAS B2B EN LAS REDES SOCIALES?

Las redes sociales corporativas han dejado de ser una moda, esto se debe principalmente a que se han convertido en parte integral del marketing y comunicación de muchas empresas.

Sin embargo, los directores de marketing de las empresas B2B, siguen luchando para ganar aceptación de la empresa en los canales sociales.

Los hechos son poderosos a la hora de evidenciar las ventajas. Facebook tiene más de 7000 millones de visitas cada vez, Twitter casi 200 millones y Google+ crece rápidamente, superando los 60 millones de visitas mensuales. Estos números son buenas razones para establecer una presencia sólida en estas redes sociales.

Aun así, la presencia por sí sola no tiene una función útil para el negocio y la visibilidad no provee de por sí retorno a la empresa. La pregunta que los directores de marketing deben hacerse es ¿Cómo puedo demostrar que las redes sociales ayudan a la empresa a llegar a nuevos clientes y fidelizarlos?

2.2 HAY 3 MANERAS ESENCIALES EN QUE LAS EMPRESAS PUEDEN SACAR VENTAJA DE LAS REDES SOCIALES:

Crear Lealtad: Las empresas exitosas en redes sociales crean audiencias de fans o seguidores que participan, conversan y comparten periódicamente con sus canales.

Generar visibilidad para la marca: Mantén a tus seguidores al tanto sobre lo que tu compañía e industria hacen. Ayúdales a conocer a tu equipo, tus ideas, tus planes y tu rol en la comunidad.

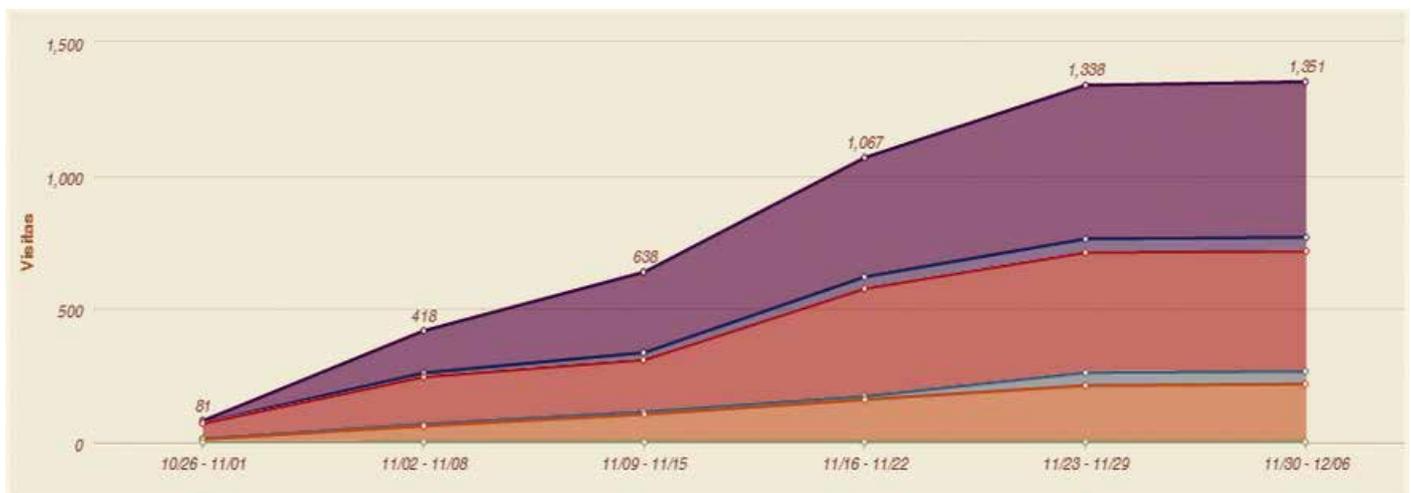
Generar y alimentar prospectos: Una combinación efectiva entre crear lealtad y visibilidad puede hacer que tus redes sociales sean un punto de descubrimiento y educación para los usuarios. Aquí es donde tu actividad social realmente influye en tus objetivos de negocio, creando un número medible de leads (prospectos) que pueden transformarse en clientes.

Esta guía se centra específicamente en usar las redes sociales para obtener resultados medibles. Las redes sociales pueden convertirse en uno de tus canales de marketing más lucrativos, dependiendo en cómo su negocio se relacione con los usuarios.



3. LAS REDES SOCIALES GENERAN TRÁFICO

Aquí está un cuadro que muestra el tráfico mensual de la web de una empresa B2B dedicada a la consultoría. Las diferentes fuentes de tráfico se indican con colores, siendo el color azul claro el que corresponde al tráfico proveniente de redes sociales:



3.1 TRÁFICO DE REDES SOCIALES

En el caso B2B, y en el caso de muchos de nuestros clientes que manejan sus redes sociales de la manera correcta, los canales sociales aportan más del 20% del tráfico y leads generados por el sitio web.

Piensa en este dato de la siguiente manera: ¿Quieres simplemente ignorar el 20% de tus oportunidades de ventas solo porque la presencia de tu empresa no ha sido sólida en las redes sociales en el pasado?

4. LAS REDES SOCIALES GENERAN LEADS (PROSPECTOS/OPORTUNIDADES DE VENTAS)

Miremos a la tasa de conversión de visitante a lead de varias industrias. Por lo general, para todos los canales sociales en conjunto, este indicador es de 2%. Los visitantes de las redes sociales usadas estratégicamente tienen una tasa significativamente mayor de conversión, por ejemplo:

CONSULTORÍA

SITIO	VISITAS	VISITAS DE LEADS	LEADS
	5,825	4.3%	251
	1,919	3.3%	63
	1,417	1.5%	21
	22	9.1%	2

CUIDADO DE LA SALUD

SITIO	VISITAS	VISITAS DE LEADS	LEADS
	9,019	2.6%	231
	222	2.7%	6
	107	2.8%	3

SOFTWARE

SITIO	VISITAS	VISITAS DE LEADS	LEADS
	1,309	6.4%	84
	237	3.8%	9
	88	1.1%	1

¿QUÉ SUCEDE AQUÍ?

¿POR QUÉ LOS VISITANTES PROVENIENTES DE REDES SOCIALES SE CONVIERTEN EN LEADS CON MÁS FRECUENCIA QUE LOS QUE PROVIENEN DE BÚSQUEDA ORGÁNICA, EMAIL O PAGO POR CLIC?

La diferencia está en la construcción de relaciones.

Cuando una persona llega a conocer tu empresa a través de LinkedIn o Twitter ya sabe quién eres, a qué te dedicas y qué es lo que piensas corporativamente.

Ya saben lo suficiente de tu marca como para tomar el siguiente paso y consumir tu contenido a cambio de sus datos de contacto.

5. COMO OBTENER ROI DE SUS REDES SOCIALES

El punto clave: Las redes sociales son un excelente lugar para “calentar” los leads y calificarlos.

Pero ¿qué debes hacer para obtener ROI positivo de tu marketing en redes sociales?

Echemos un vistazo a las 3 cosas que se necesitan para obtener ROI de las redes sociales:

5.1 TIEMPO DEDICADO EXCLUSIVAMENTE A TUS REDES SOCIALES

- ½ HORA/PERSONA EN LA MAÑANA.
- ½ HORA/PERSONA EN LA TARDE.
- AUTOMATIZACIÓN DE SU MANEJO DE REDES SOCIALES.

La primera inversión que necesitas hacer si quieres obtener ROI de tus redes sociales es de tiempo. Las redes sociales son un espacio interactivo y tu público puede estar activo a diferentes horas del día o la noche. Se necesita de una estrategia para lograr consistencia y formar una verdadera conexión con los clientes potenciales.

- Decide quién va a manejar los perfiles sociales de tu empresa.
- Asegúrate de que esa persona tenga el tiempo y el conocimiento suficiente para hacerlo.
- Consigue que otras personas que tengan contacto con sus clientes activen sus canales personales de redes sociales.
- Escucha y responde las preguntas y comentarios que recibas.

Como mínimo, cada persona envuelta en el manejo de tus canales sociales debe dedicar al menos media hora en la mañana para planificar las maneras de crear engagement durante el día.

También es una buena idea repasar al final del día los resultados de las actividades y revisar la estrategia para los días siguientes.

Mientras más grande sea la empresa, más grande deberá ser el equipo, mayor el tiempo que dedique a sus redes y más compleja la estrategia.

Sin embargo, dedicar una hora diaria a los canales sociales puede rendir bastantes frutos para una empresa en un inicio.

Para lograr un uso del tiempo más eficiente, es indispensable el uso de herramientas de automatización de redes sociales como:

- Hootsuite, Buffer, SocialSprout o HubSpot para programar actualizaciones de Twitter y LinkedIn.
- Programación directa de actualizaciones en Facebook.

Puedes pasar tus primeros 30 minutos juntando actualizaciones interesantes de blogs, noticias y comentarios de líderes de la industria y programarlos para una publicación durante el transcurso del día.

Con las herramientas de automatización podrás programar también notificaciones inmediatas. Estas alertas permiten “escuchar” cuando alguien interactúa en tus redes y así puedes responder rápidamente. De esa manera brindarás a los usuarios la seguridad de ser atendidos 24/7.

5.2 CONTENIDO

**-ARTÍCULOS PARA TU BLOG CORPORATIVO.
-LANDING PAGES CON CONTENIDO CREADO PARA ATRAER INTERESADOS.**

La inversión más importante que puedes hacer para ver ROI en tus redes sociales, por mucho, es la creación de contenido. Los usuarios de redes sociales buscan 2 cosas: información y entretenimiento. Nadie va a prestar atención a una marca si solamente se dedicas a hablar de sí misma, de sus eventos institucionales y de sus notas de prensa.

CONTENIDO QUE ATRAE A LOS VISITANTES

Es necesario crear contenido de alta calidad de manera consistente y regular.

Varios estudios han demostrado que con 3 artículos semanales se puede incrementar el tráfico y leads de manera sostenida. Nuestros propios datos con nuestros clientes demuestran la veracidad de tales estudios. Hemos visto que cuando las empresas pasan de publicar 1 a 4 artículos mensuales, el tráfico casi se triplica, y la cantidad de leads también. El mejor canal de distribución para tu contenido son las redes sociales pues la tasa de con-

CONTENIDO QUE GENERE LEADS O INTERESADOS

También se necesita crear oportunidades para la conversión de leads desde tus artículos de blog y actualizaciones de redes sociales. Cada artículo de blog debería tener, al menos, un call to action que sea relevante para el tema del artículo.

Al promover tus publicaciones de blog en las redes sociales, estarás creando múltiples canales para que más personas lean los artículos y se transformen en leads para la empresa. Si tu contenido es bueno y relevante, es probable que los lectores se suscriban y se conviertan en visitantes frecuentes del sitio web. Esa es la base para la generación de leads y alimentación de prospectos del marketing digital actual.

5.3.MÁS CONTENIDO

- NOTICIAS DE TU INDUSTRIA PROVENIENTES DE OTRAS FUENTES.
- MÁS ARTÍCULOS DE BLOG Y LANDING PAGES.

La 3era cosa que se necesita para ver ROI en tus redes sociales es más contenido. Nuevamente, si tu contenido es siempre autopromocional, atraerás pocos nuevos seguidores y espantarás a los seguidores actuales.

FUENTES CONFIABLES

Es importante mezclar siempre tu contenido con fuentes confiables de terceras personas. Una buena práctica es crear relaciones con bloggers reconocidos en la industria y curadores de contenido, e intercambiar con ellos información valiosa de manera regular.

Esta práctica tiene al menos 3 beneficios:

- Mejora tu reputación como una fuente confiable.
- Ayuda a cimentar buenas relaciones con otros bloggers.
- Esos bloggers van a ser recíprocos contigo.

Cuando compartes contenido de un tercero y ese tercero comparte tu contenido también, tu alcance en las redes sociales realmente se amplifica.

6. MEDIR Y MONITOREAR – ANÁLISIS

Las redes sociales deben ser manejadas con el mismo estándar que cualquier otra actividad de marketing. No es suficiente asumir que el número de seguidores y fans es un indicador suficiente de qué tan bueno es el desempeño de tus actividades. Tal como estos canales han madurado, también lo han hecho las herramientas de análisis detrás de ellas.

6.1 FACEBOOK INSIGHTS

La herramienta de estadísticas de Facebook muestra el total de likes, amigos discusiones y el alcance total. Este es un indicador de qué tan efectivo has sido en alcanzar y atraer a nuevos seguidores a lo largo del tiempo. Debajo de esta sección está una sección que muestra el impacto de tus publicaciones en orden cronológico, pero también la puedes modificar para que el filtro muestre el alcance logrado, o el nivel de engagement. Esta forma de visualizar tu contenido te permite optimizar la estrategia para privilegiar el tipo de contenido que ha resultado más atractivo para los seguidores.

Adicionalmente podrás profundizar más con datos demográficos y de geo localización para:

- Gente a la que le gusta tu página.
- Amigos de la gente a la que le gusta tu página y que han visto tus publicaciones.
- Usuarios de Facebook que están hablando sobre tu marca.



6.2 ESTADÍSTICAS DE LAS PÁGINAS DE LINKEDIN

LinkedIn provee dos herramientas de estadísticas que le pueden ayudar a comprender mejor quién sigue y visita tu página corporativa en esta red social.

Primero, los insights de seguidores proveen información sobre el crecimiento de los seguidores y su nivel de engagement. Aunque estos indicadores no son tan robustos como los de Facebook, se puede todavía obtener una guía para determinar qué contenido es el más popular. También podrás usar la información demográfica para asegurarte de que estás compartiendo contenido enfocado en la audiencia correcta para tu compañía.

La segunda herramienta es la de estadísticas de la página, que muestra métricas de visitas y el ranking de visitas por industria. Esto permite saber qué gente está visitando tu página, aunque no sean aún tus seguidores, y cómo ellos interactúan con la página. Podrás enterarte si los visitantes vienen para ver la información laboral que provees, o por saber qué productos o servicios ofreces. Esto, a su vez, permitirá crear contenido enfocado a lo que más ven los usuarios y de esa forma convertirlos en seguidores de tu página.



6.3 ESTADÍSTICAS DE TU SITIO WEB

La verdadera medida del éxito de tus redes sociales está en las estadísticas de tu página web.

Mientras que las redes sociales individualmente, así como ciertas aplicaciones de terceros, proveen información sobre el desempeño de estos canales, tus estadísticas de la web (tales como el reporte de fuentes de HubSpot en la imagen) pueden mostrar cuánto tráfico está viniendo realmente de canales sociales.



El tráfico, cuando es enviado a un artículo de Blog o landing page optimizada para captar interesados, puede mover a una persona a través de tu proceso de ventas.

La información de cuántos visitantes que provienen de tus redes sociales se transforman en leads es esencial para añadir valor a tu actividad en redes sociales.

CHECKLIST DE LAS MEJORES PRÁCTICAS DE REDES SOCIALES:

En páginas de empresas:

- Semanalmente: Revisar las estadísticas de Facebook.
 - Semanalmente: Revisar las estadísticas de LinkedIn.
 - Semanalmente: Revisar Twitter y Google+ para identificar las mejores interacciones.
 - Semanalmente: Revisar el tráfico y tasa de conversión de tus redes sociales.
- Semanalmente: Revisar la tasa de conversión de visitante a lead de tus redes sociales.

LAS CLAVES PARA UN MANEJO EXITOSO DE REDES SOCIALES CORPORATIVAS:

Crear una política o manual de redes sociales práctico y que todo el mundo entienda.

Ser útil, interactuar con los usuarios.

No ser exageradamente auto promocional.

Usar las redes sociales para promocionar tu contenido.

Compartir tu contenido y contenido de terceros que sea relevante para tu empresa y tu industria.

Programar contenido que se alinee con el resto de tus estrategias de marketing.

Escuchar, aprender y construir una base de seguidores fieles a través de contenido.

FUENTES:

SOCIALBUSINESS GUIDE DE KUNO CREATIVE.

INFORME DE FUENTES DE HUBSPOT (HIPERESTRATEGIA).

FACEBOOK INSIGHTS.

LINKEDIN INSIGHTS.

¿ESTÁS EVALUANDO QUÉ AGENCIA DE MARKETING CONTRATAR?



CONTÁCTANOS

Y UN ASESOR ESPECIALIZADO
CONTESTARÁ TUS PREGUNTAS:

(593 2) 2508263



SOLICITA UNA CONSULTA

RECIBIRÁS UNA LLAMADA DE 15 MIN
Y AVERIGUAREMOS SI PODEMOS TRABAJAR
JUNTOS PARA ALCANZAR TUS METAS

HAZ CLIC AQUÍ Y AGENDA UNA CITA