

¿Cómo gestionar mi negocio en las redes sociales y el mundo on line?

Seguramente, en algún momento pensaste si es importante tener presencia en las redes sociales o no y a veces, no sabemos cómo y por donde empezar.

Entonces, ¿Por qué son importantes las Redes Sociales?

Una de las principales funciones es la **Comunicación** de nuestro producto/servicio y las acciones referidas a la publicidad, por ejemplo: generar conocimiento del negocio, recordación, hacer conocer los atributos del negocio, usos de los productos, etc.

Otra de las grandes ventajas de las RS es que nos permiten establecer un contacto directo con nuestros clientes, como por ejemplo atender consultas, gestionar un reclamo, orientarlo en un proceso de compra, recomendar un producto, coordinar una visita; es decir, establecer una relación con el mismo.

¿Cuáles son las más importantes?

- Facebook.
- Instagram.
- Whatsapp (no es una red social, pero debemos incluirla en el ecosistema digital)
- LinkedIn.
- Twitter.
- You tube.

Pero, ¿por dónde empezamos?

Paso número uno: hacer un análisis de mi negocio.

Aunque no parezca necesario, nos puede ser muy útil para definir cuál es la estrategia que vamos a implementar en las RS y cuáles son las herramientas (como tomar un pedido de compra, medios de pago, edición de fotos y videos, etc) necesarias para poder concretar ventas en el mundo on line.

1. ¿Cuál es mi negocio? ¿Cómo lo hago? ¿Para quién lo hago? ¿Por qué y para qué? ¿Dónde? Descripción de productos y/o servicios.
2. ¿Qué ventajas competitivas tiene mi negocio?
3. ¿Cómo y dónde vender mi producto? ¿Por qué medios lo pueden conseguir?
4. ¿Quién es mi competencia?
5. ¿Tenemos presencia on line? ¿Qué hacemos? ¿Tiene resultados? ¿Mis clientes habituales usan redes sociales?
6. ¿Puede un cliente comprar nuestro producto vía on line?
7. ¿Qué hace la competencia en el entorno on line?

“Los negocios a menudo utilizan un perfil de Facebook para comunicar sus productos, es un error que no debemos cometer ya que un perfil no nos permite realizar acciones como hacer un anuncio, publicitar, hacer un seguimiento estadístico, designar un administrador en caso de no disponer el tiempo necesario para atender mis consultas y muchas otras. Fb nos ofrece la posibilidad de crear una Fan Page de nuestro negocio y así poder aprovechar al máximo las funcionalidades de esta res social”.

Paso número dos: determinar o re determinar mi entorno digital.

Aquí vamos a definir en qué medios digitales vamos a tener presencia on line:

- Redes Sociales, ¿Cuáles?
- Whatsapp.
- E – commerce.
- App Mobile.
- E mail marketing.
- Tienda online propia.

Algunas de las aplicaciones Mobile para venta, pagos y E – Commerce más populares encontramos:

- Pedidos Ya (App Mobile)
- Aperto (App Mobile)
- Pide (App Mobile)
- Mercado Pago (Pagos On Line)
- App Mobile propia
- Tienda nube (Tienda On lline)
- Tienda on line propia (Tienda On Line)
- Mercado Libre (E – Commerce)

Paso número tres: determinar mis objetivos y estrategia.

Los objetivos que definimos deben ser medibles, tener un horizonte de tiempo y deben ser alcanzables, de lo contrario nos sentiremos frustrados. Por otro lado, la estrategia va a ser las acciones que realizaremos para alcanzar esos objetivos. Vamos a un ejemplo:

Objetivo 1: Aumentar la cantidad de seguidores.

Estrategia: realizar un sorteo o promoción.

Objetivo 2: generar interés en un nuevo producto.

Estrategia: contenidos que muestren sus funcionalidades y ocasiones de consumo del producto.

Paso número 4: Seguimiento y control.

Una vez que determinamos nuestros objetivos y la estrategia, de realizar un seguimiento si las acciones tienen los resultados esperados o es necesario redefinir mis objetivos o la estrategia.

El posteo en nuestras redes sociales:

Los tipos de posteo más comunes que podemos usar son los siguientes

- Descriptivos: Es un posteo básico en el cual realizamos una descripción con las características del producto. Por ejemplo: material, medidas, peso etc. (las cualidades dependen del producto)
- Funcionales: Podemos realizar posteo describiendo todas las funcionalidades que se le pueden dar a un producto. Por ej: una mancuerna se puede usar para ejercitar bíceps, tríceps, etc.
- Momento u ocasión de consumo: se puede promocionar o mostrar las ocasiones de consumo de un determinado producto. Por ej.: un yogurt en el desayuno.
- Informativos: se puede informar un nuevo medio de pago, si el negocio permanecerá cerrado o abierto, información de interés general, etc.
- Ofertas o promociones del negocio.
- Tutorial o tips: por ejemplo, si vendemos artículos deportivos, podemos sugerir tips de buenas prácticas de deporte (por ejemplo: el correcto uso de una mancuerna para ejercitar bíceps) o comparar las cualidades de dos productos, podemos usar la creatividad.
- Estadísticas de una industria (tiene un uso más para instituciones como SCIJ).
- Memes: siempre y cuando el perfil del negocio lo permita es una buena herramienta, pero hay que ser muy cuidadosos.
- Gifs

El texto del posteo debe ser claro, conciso y efectivo. Además, podemos usar herramientas útiles como un buen #Hashtag.

Mi perfil en las redes sociales

Una vez que hice todo el análisis de mi negocio, puedo revisar y si es necesario completar la información de mi negocio. Es muy importante que no falte una breve pero eficiente descripción de mi negocio; domicilio; contacto telefónico, entregas a domicilio o no, página web y cualquier otra información relevante que nos ayude posicionar nuestro negocio.

En nuestra foto de perfil, es recomendable colocar el logo del negocio, o en su defecto, si no tiene un logo se puede colocar una foto del frente del local.

La foto ¿Cómo presento mi producto?

En primer lugar, debo buscar un escenario lo más homogéneo posible para que la atención se centre en el producto, luego tomar varias fotos (es difícil lograr una buena foto en el primer intento, al menos 5 fotos) y elegir la que mejor presente mi producto, evitar sacar la foto a contra luz y lo más centrada en el producto o en el detalle que quiero mostrar de mi producto (para poder centrar la foto, es recomendable usar la “cuadrícula” se puede activar desde la configuración de la cámara del celular).

Depende del posteo que deseamos hacer, el tamaño que debemos usar es el siguiente:

- Posteo en Facebook: 1x1 (cuadrada) – 9x16 o 16x9 (*) (Se recomienda cuadrada).

- Posteo en Instagram: 1x1.
- Historia en Instagram o Facebook: 9x16.

(*) el tamaño 16x9 se logra tomando la foto con el celular horizontal con el tamaño de foto 9x16.

Podemos realizar un collage para un posteo, subiendo una foto de 9x16 o 16x9 (como foto principal) junto a dos fotos de tamaño 1x1, Facebook por defecto arma el collage.

¿Cómo promocionar una publicación en Facebook?

Para poder promocionar una publicación, debemos hacer click en el botón “Promocionar Publicación” que se encuentra abajo a la izquierda de la pantalla. Una vez que hacemos click Facebook nos permitirá definir:

- Objetivos de la promoción
- Opción de añadir botón a la publicación (Call to action)
- Audiencia: la cual podemos segmentarla de acuerdo a los siguientes parámetros:
 - Sexo
 - Lugar
 - Edad
 - Intereses
 - Datos demográficos
 - Comportamientos
- Duración y presupuesto
- Medios de pago: puede ser a través de tarjeta de crédito o punto de pago habilitado (Rapipago o Pago Facil).

Herramientas para edición de fotos y videos:

Tenemos una gran variedad de aplicaciones, que nos permiten editar fotos y videos desde nuestros celulares, solo es necesario un poco de paciencia y de creatividad para usar sus herramientas. Algunas de utilidad pueden ser:

- Snapseed (Edición de fotos)
- Square (Edición de fotos)
- Unfold (Edición de foto)
- Viva Video (Edición de video)
- Mojo (Edición de video y foto)
- Efecto Glitch (Edición de video)
- Kine Master (Edición de video)