

Aula Virtual

para Emprendedores

“Comunicá tu emprendimiento en Redes Sociales”

Expone: Florencia Chiesa

Suara Comunicación



Ministerio de Producción
Presidencia de la Nación

Suara
Comunicación Inteligente

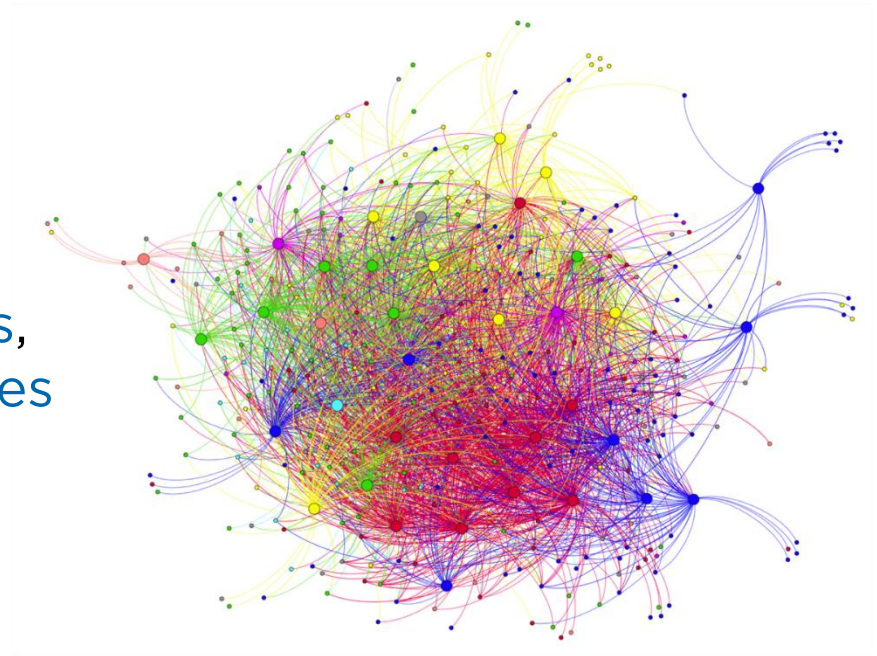
REDES SOCIALES ¿Para qué sirven?

Son un canal **MASIVO** y **ECONÓMICO** de comunicación.

NO son un espacio de **venta**.

Son para **compartir contenidos**, **interactuar** y crear **comunidades** sobre intereses similares.

Son espacios para **PROVEER VALOR** a tus clientes.



REDES SOCIALES ¿Cómo elegirlas?



Definí OBJETIVO, PÚBLICO y MODELO DE NEGOCIO

Suara

REDES SOCIALES ¿Por qué usarlas?

Son un buen espacio de **RELACIONAMIENTO**,
están bien **SEGMENTADAS** y sirven como termómetro
para entender los temas de **INTERÉS**; para **FIDELIZAR**
clientes y llegar a **NUEVAS AUDIENCIAS**.

REDES SOCIALES ¿Quién es Quién?



FACEBOOK: Para observar

- Hombres y mujeres de 22 a 54 años.
- Tiempo de conexión promedio 20 minutos diarios.
- Crear COMUNIDADES, construir IMAGEN, MONITORIZAR contenidos.



33% + comentarios.



100% + comentarios.

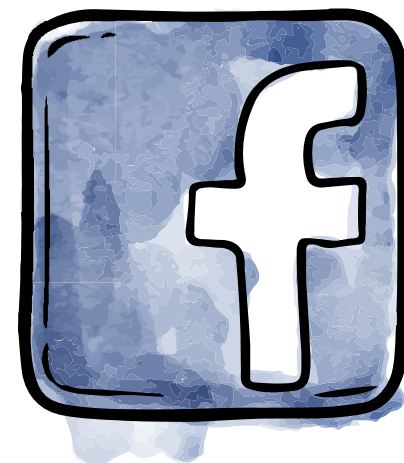


39% + interacción.

Contenido: IMÁGENES, VIDEOS, TEXTO.

Uso: GENERAR CONVERSACIONES.

Hora pico: Miércoles 15 horas.



TWITTER: Para informar

- Útil para **DIFUSIÓN** y **RELACIONAMIENTO**.
- Hombres y mujeres de **18** a **54** años.
- Requiere **PODER DE SÍNTESIS**.



35% + retweets



16% + retweets



28% + retweets

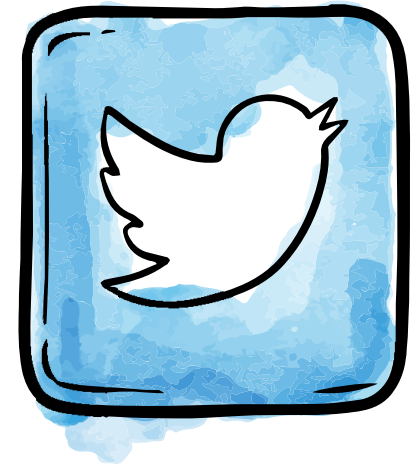


19% + retweets

Contenido: **INFORMATIVO. CONTEXTUAL.**

Uso: **ATENCIÓN AL CLIENTE**

Hora pico: **Lunes y Jueves.**



LINKEDIN: Para conectar

- 59% usuarios son hombres.
- Espacio obligado para empresas **B2B** y para **LETIGIMARTE** como **REFERENTE**.
- Mantenerse **ACTUALIZADO**, participar en grupos, crear tus propias **REDES**.
- Gran porcentaje de estudiantes universitarios.



Contenido: **TEXTO, IMAGEN, VIDEO, PRESENTACIONES.**

Uso: **NETWORKING. POSICIONAMIENTO.**

Hora pico: **Martes y Jueves horario comercial.**

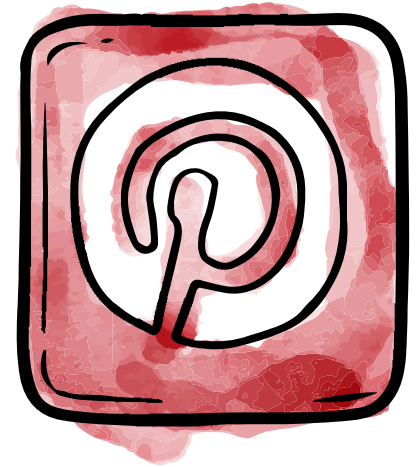
PINTEREST: Para mostrar

- Es un **CATÁLOGO** virtual. Expone productos y potencia las **VENTAS**.
- El mensaje es una **IMAGEN**.
- El **88% COMPRAN** lo que buscaron.
- **83%** de usuarios son **MUJERES**.
- Ideales para negocios de **ESTILO DE VIDA**: bodas; decoración; moda, viajes, comida.

Contenido: **IMÁGENES**.

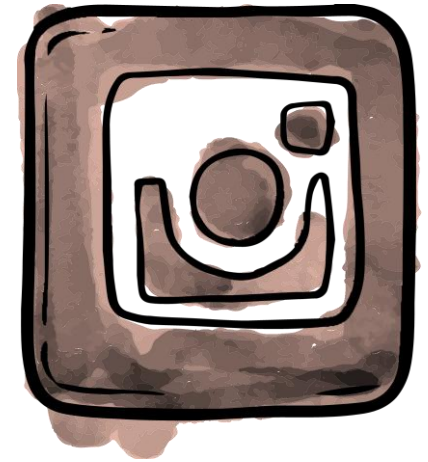
Uso: **VIDRIERA; CONCURSOS; E-COMMERCE**.

Hora pico: **Sábado por la mañana**.



INSTAGRAM: Para fidelizar

- 54% de los usuarios tienen entre 16 y 34 años.
- Promedio de 21 minutos diarios.
- 70 MILLONES de fotos por día.
- Es un espacio para mostrar productos y servicios mediante EXPERIENCIAS.
- Las imágenes son más “CASUALES”, buscan generar FAMILIARIDAD.



Contenido: FOTOS y VIDEOS.

Uso: RELACIONAMIENTO; HUMANIZACIÓN DE MARCA.

Hora pico: de 17 a 18.

YOUTUBE: Para viralizar

- El **VIDEO** es el contenido que más se comparte.
- Es la **3° PÁGINA** más visitada y el **2° BUSCADOR** más usado..
- Usuarios **20** a **35** años.
- **2 MILLONES** de visitas diarias.
- Se suben **300 horas** de video por minuto.
- La categoría más buscada es **“HOW TO”**

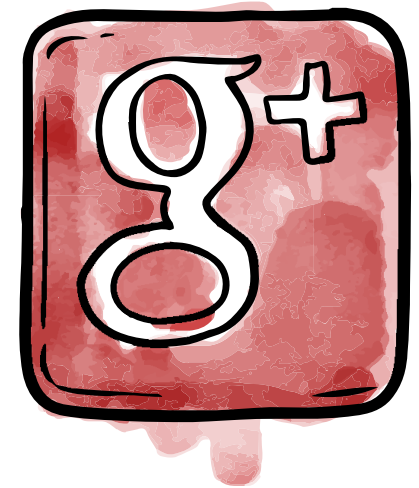
Contenido: **VIDEOS.**

Uso: **TUTORIALES; ANIMACIONES; CAPACITACIONES.**



GOOGLE+: Para posicionar

- Mejora el **SEO** e incrementa el **TRÁFICO** a tus publicaciones.
- Es la puerta de **ACCESO** a otras plataformas de Google como YouTube o gmail.
- Agrupa a los miembros en **CÍRCULOS** según su **AFINIDAD**.



Contenido: **AUDIOVISUAL**

Uso: **POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES.**

Hora pico: **Horario comercial.**

Ser o no ser COMMUNITY MANAGER

	BUFFER 	HOOTSUITE 
REDES	Twitter; Facebook (perfil y página); LinkedIn (perfil y página); Google+ y BLOG	Twitter; Facebook (perfil, página y grupo); Google+; LinkedIn (Perfil; página y grupo); Wordpress.
VIDEOS	X link	Tiene App de Vimeo y YouTube
COMPATIBLE	Windows, iOS y Android	Windows, iOS y Android
PROGRAMACIÓN	SI (limitada)	SI
ANALYTICS	Básicos	Básicos. Permite crear reportes
INTERFAZ	Intuitiva.	Simple. Con columnas que organizan la Info

Los ERRORES más comunes



#1 – Bipolaridad

Utilizar el
mismo perfil
para lo
personal y lo
profesional.



#2 – Ansiedad extrema



Abrir **todos**
los perfiles a
la vez.

#3 – “Acá no pasó nada”

Borrar
comentarios y
no hacerse
cargo de las
crisis.



#4 – Oídos sordos

No prestar
atención a lo
que quiere tu
audiencia.



#5 – Auto referencia 100%

Sólo publicar
contenido
propio



¿Preguntas?



Suara

Gracias



@Suaracom



/SuaraComunicacion



florencia@suara.com.ar



www.suara.com.ar

Suara