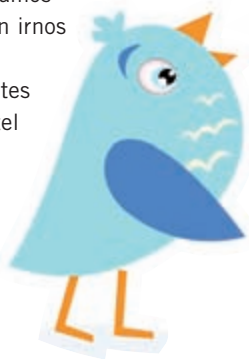


Cómo las pymes pueden sacar partido a las Redes Sociales

Esta pregunta seguro que te la has planteado en numerosas ocasiones, sobre todo al ver que las redes sociales cada día tienen mayor influencia en las decisiones de compra de nuestros clientes, y si no, hagamos una reflexión sobre qué hacemos cada vez más, antes de comprar, un producto o servicio.

La respuesta está en Google: si por ejemplo estamos pensando en irnos de viaje, probablemente antes de reservar un hotel busquemos en Internet el hotel y posteriormente qué dicen de él otros clientes.



Imagina que todos los resultados que encuentras sobre el hotel hablan mal de su servicio de atención al cliente, su limpieza, la calidad de su comida se pone en entredicho... seguramente no lo contrates y busques otro. Yo no lo haría, pero fíjate que estos comentarios, ciertos o no, están afectando directamente a la cuenta de

resultados del hotel, porque al igual que tú otras muchas personas decidirán no reservar su habitación por si son verdad todas estas cosas que se dicen de él. Las estadísticas dicen que el 78% de los usuarios nos fiamos de recomendaciones de otros que no conocemos en Internet, sin entrar a valorar la veracidad de las mismas, pero lo que sí es cierto es que, de un modo u otro, que alguien hable bien o mal de nosotros en Internet

afectará sin lugar a dudas a nuestra empresa.

Debes tener en cuenta que cada vez más las nuevas generaciones no conciben comprar un producto sin antes ver qué se dice de él en Internet, por lo que la recomendación social cada día gana más peso y la compra, cada vez en más ocasiones, se decide delante del ordenador.

Potencial de las Redes Sociales

Pero la pregunta es ¿qué hago yo en mi empresa para aprovechar el potencial de las Redes Sociales?



clientes o conocer la opinión de tus clientes en torno a tu empresa y sus productos.

2 - Público Objetivo - ¿Quiénes son nuestros clientes?

¿Estás convencido que los conoces bien? Yo creo que siempre podemos mejorar el grado de



conocimiento que tenemos acerca de ellos y, además, cuanto mejor les conozcamos mejor seremos capaces de llamar la atención sobre ellos y de hacer que nuestras comunicaciones sean más efectivas.

que será bueno planificarla para reforzar nuestras acciones.

5 - Indicadores de medición de resultados - ¿Sabes si está funcionando tu estrategia en Redes Sociales? Tener la respuesta a esta pregunta es imprescindible si quieres saber si todos los esfuerzos que estás realizando están llevando a



tu empresa a alguna parte, por lo que debes definir qué

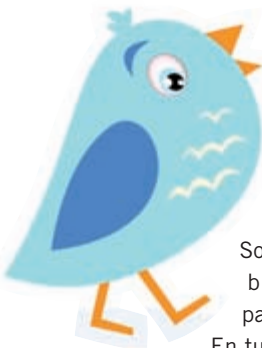


indicadores vas a medir, los cuales deben estar en consonancia con los objetivos definidos.

Como ves, antes de ponernos a realizar acciones en Redes Sociales debemos planificar muy bien cómo queremos sacarle el partido que esperamos.

En tu caso, ¿has conseguido sacarle ya provecho a las redes sociales en tu negocio?

“Antes de ponernos a realizar acciones en Redes Sociales debemos planificar muy bien cómo queremos sacarle el partido que esperamos”



La primera respuesta a esta pregunta es elaborar un “Plan Estratégico en Redes Sociales” o lo que es lo mismo, una guía de acción que nos diga por qué queremos estar en las distintas redes y cómo las vamos a usar.

Para que puedas elaborar tu propio plan de acción voy a detallar a continuación los distintos puntos a tratar:

1 - Objetivos - ¿Por qué quiero que mi empresa esté en las Redes Sociales? Si tu respuesta es “porque sí” o porque están de moda, entonces es mejor que inviertas el tiempo y los recursos en otros canales, porque realmente tienes que tener claro de antemano los objetivos que pretendes conseguir con estas redes, ya sea mejorar tu imagen de marca, generar una base de datos de potenciales

3 - Herramientas - ¿Qué Redes Sociales vamos a utilizar y por qué? Tienes que definir si vas a usar Facebook, Twitter, Youtube, redes sociales verticales... y para qué vas a usar cada una, ya que si utilizas varias redes con el mismo objetivo es que algo no estamos haciendo bien.



4 - Planning de Acciones

- El marketing en redes sociales es una estrategia a largo plazo y por lo tanto debemos planificarla como tal. Yo haría un *timing* a 12 meses, definiendo las distintas acciones que se van a realizar a lo largo del año y teniendo muy en cuenta la estacionalidad de nuestro negocio, ya



Juan Merodio
Experto en Redes Sociales

