



Cómo desarrollar una estrategia de mercadeo en las redes sociales

El propósito de este documento es brindarte un método simple para que puedas desarrollar una estrategia de mercadeo en las redes sociales para tu negocio. Este documento es sólo una guía general de estrategias que pequeños negocios pueden emplear para mercadearse en las redes sociales.

1. ESTABLECE METAS

¿Qué quieres lograr al promocionar tu negocio en las redes sociales? Asegúrate de que tus objetivos sean específicos, medibles, alcanzables, realistas y oportunos. Esto es lo que en inglés se conoce como la estrategia S.M.A.R.T (*Specific, Measurable, Attainable, Realistic and Timely*).

De las casillas a continuación, marca las que apliquen:

- Aumentar el tráfico del sitio *web*
- Aumentar la exposición de la marca
- Generar prospectos
- Incrementar las ventas
- Servicio al cliente
- Aumentar el compromiso del usuario por medio de contenido del negocio
- Mejorar la investigación y el desarrollo
- Otro: _____

RECOMENDACIÓN: crear una cuenta de Google Analytics para medir la fuente de tu tráfico en línea.

2. IDENTIFICA TU PÚBLICO

Identifica a qué tipo de público te dirigirás con tu estrategia de redes sociales.

Marca las opciones que apliquen:

Edad

- 15 años o menos 16-25 26-39 40 - 54 55 años en adelante

Género

- Femenino Masculino

¿Quién es mi público objetivo? Ten en cuenta que este grupo incluye a tus clientes actuales y prospectos. Evalúa su estilo de vida, qué valoran, qué buscan, cuáles son sus ingresos y necesidades.



3. IDENTIFICA LA PLATAFORMA

Esta tabla brinda ejemplos de qué plataformas se ajustan mejor a tus objetivos de mercadeo en redes sociales.



OBJETIVO	Facebook	YouTube	LinkedIn	Twitter	Instagram	Pinterest
Generar prospectos	●			●	●	
Establecer relaciones	●	●	●		●	●
Compromiso del público	●	●		●	●	
Percepción de la marca	●	●	●	●	●	●
Servicio al cliente	●			●		

Selecciona en cuál plataforma social te enfocarás. Recuerda tener en cuenta los datos demográficos de tu público y el contenido que deseas compartir.

- Facebook
- YouTube
- LinkedIn
- Twitter
- Instagram
- Pinterest

RECOMENDACIÓN: Selecciona dos o tres plataformas sociales. Determina cuáles son las más relevantes para tu negocio.

4. ESTABLECE EL HORARIO

Para poder implementar eficazmente tu estrategia de redes sociales, es fundamental que entiendas cuándo tu público está más activo en cada plataforma.

Consejo:

La actividad de cada plataforma social varía según la hora del día. Investiga cuál es el momento más efectivo en la plataforma que elijas y haz pruebas.

Plataforma social	El mejor momento para publicar contenido, según tu investigación



5. DETERMINA CÓMO ESTABLECER TU ESTRATEGIA

Desarrolla tu “plan de acción” para utilizar efectivamente las plataformas que seleccionaste de manera que puedas publicar contenido y establecer los criterios para medir el éxito de tu estrategia de redes sociales.

Reflexiona sobre los siguientes aspectos:

- *¿Qué tipo de contenido publicarás de acuerdo a tu público?*
- *¿Con qué frecuencia publicarás contenido?*
- *¿Qué enfoque seleccionarás cuando respondas a los comentarios?*
- *¿Qué aspecto y tono tendrán tus publicaciones?*

6. PRESUPUESTO

Una vez tu plan esté listo, debes ejecutarlo. Las estrategias de mercadeo digital son costo efectivas, por lo que debes establecer un presupuesto para implementarlas y monitorear su desempeño.

Utiliza *Google Analytics* y descubre qué tiene mayor efectividad. Puedes continuar desarrollando tu estrategia de mercadeo digital para obtener los resultados deseados.

7. MIDE Y AJUSTA

Cuando haces el lanzamiento de tu campaña, el trabajo apenas comienza. Mide la efectividad de tus canales de mercadeo digital. Esto te permitirá ajustar y hacer un mejor uso de los canales que te acercan a tus metas.

A continuación, algunas de las métricas a las que debes prestarle atención:

- **Total de visitas:** Te da una idea de qué tan efectiva es tu campaña en cuanto a generar tráfico.
- **Nuevas sesiones:** Indica cuántos de los visitantes de tu sitio web son nuevos versus recurrentes.
- **Tráfico por canales:** Te permitirá identificar de dónde proviene el tráfico a tu página web, determinando si viene de motores de búsqueda, redes sociales, orgánicos o enlaces.
- **Tasa de rebote (*bounce rate*):** Mide cuántas personas abandonan tu sitio casi de inmediato. Si la tasa es alta, debes evaluar si tu mercadeo es incorrecto, confuso o irrelevante.

8. AYUDA ADICIONAL

Usa la tabla a continuación para organizar tus ideas y planes.

Ejemplo:

Semana	Plataforma	Propósito Estratégico	Contenido	Resultados Esperados
1	Facebook	<i>Establecer una comunicación semanal con los seguidores.</i>	<i>Fotos del producto en uso e historias de éxito de clientes que lo utilizan.</i>	<i>Aumentar las interacciones en un 50% o 500 me gusta.</i>

