

GUÍA DIDÁCTICA
TALLER 3:
TU NEGOCIO RENTABLE
EN FACEBOOK Y TWITTER
EL MÉTODO DEL 5

Índice

Introducción	1
Objetivos	2
Contenidos.....	3
a) Usuarios de RRSS en España y su interacción con las marcas.....	3
b) Adecuación de perfiles y páginas en RRSS para que sean más rentables	6
Facebook	6
Twitter	7
c) El método del 5. En qué consiste y cómo se trabaja.	8
Marketing de contenidos.....	10
Marketing de seducción	11
d) PEPI, nuestra aliada para vender en RRSS	11
e) Publicidad en Redes Sociales (Facebook Ads y Twitter Cards)	12
f) Casos prácticos reales. Campañas que tuvieron éxito.	13
Campaña Ser o no Ser	14
Campaña Twitter de Airbnb.....	15
Resumen	16
Recursos y bibliografía	17

Introducción

Redes Sociales. Todo el mundo es capaz de mantener un perfil personal o semiprofesional en redes sociales generalistas como Facebook, Twitter, LinkedIn, etc. Pero conseguir generar beneficios de las acciones realizadas está al alcance de muy pocos. El taller ‘Tu negocio rentable en Facebook y Twitter: El método del 5’ aúna técnicas y consejos testados y probados siguiendo la metodología de la empresa Aquere Social Media.

La Pyme y el autónomo es un mercado complicado donde los tiempos de ejecución de los planes de marketing se acortan y la constante necesidad de beneficios a corto plazo asfixia la mayoría de intentos de conseguir notoriedad y ventas usando los canales online.

Con el ‘Método del 5’, que trabaja sobre la línea de cinco horas semanales para dos redes sociales principales, que son Facebook y Twitter, se busca conseguir una metodología casi automática de acciones virales en redes sociales que estén soportadas por apenas 1 hora al día de cada responsable de un negocio o profesional.

En un entorno social en el que según las estadísticas públicas del informe IAB Spain 2015 hasta el 48% de los usuarios que siguen a marcas en redes sociales se sienten influenciados por los trabajos en dichos perfiles a la hora de decantar su proceso de compra final, la pyme no puede quedarse fuera de un canal de venta y branding directo a pesar de sus propias dificultades a la hora de reunir efectivos, tiempo o recursos económicos para entrar en el juego del marketing online.

Entender en qué redes sociales estar según el tipo de negocio, público objetivo y objetivos de mercado, así como saber qué acciones son las más rentables a la hora de llevarlas a cabo y cómo ejecutarlas a base de herramientas gratuitas y públicas en Internet son los objetivos con los que este taller fue diseñado.

Objetivos

Los objetivos enmarcados en este taller teórico-práctico son los siguientes:

1. Dar nociones teóricas sobre los usuarios de redes sociales y su comportamiento como seguidores de una marca.
2. Explicar el método del 5, con el que gestionar de forma profesional y rentable dos redes sociales (Facebook y Twitter) en Pymes y autónomos.
3. Dar a conocer casos reales de campañas realizadas con objetivos físicos, pero trabajadas desde el marketing digital.
4. Explicar nociones básicas de lo necesario a la hora de generar rentabilidad para un negocio.

Contenidos

a) Usuarios de RRSS en España y su interacción con las marcas

Como no podía ser de otra manera, antes de impulsar acciones comerciales y de branding en cualquier perfil/página de redes sociales es importante hacer una incursión teórica respecto al uso que los usuarios españoles realizan de los perfiles en redes sociales, para así saber qué esperan de ellas a nivel comercial, y cómo conseguir que nuestro mensaje cale en la psique comercial y social de cada individuo.

Para ello, recurrimos al estudio del IAB cuya última oleada es de enero de 2015.

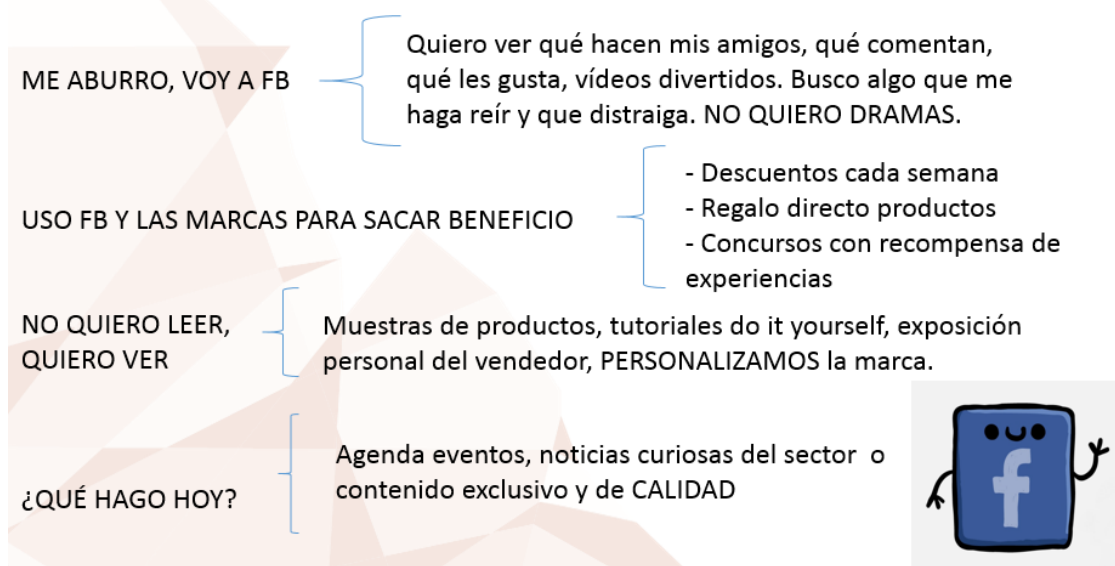


El informe destaca varias conclusiones determinantes a la hora de decidir las técnicas a realizar en el 'Método del 5':



Por lo tanto, a la hora de gestionar las redes sociales de una marca, empresa o actividad profesional tenemos que realizar una visión de cada red desde el punto de vista del usuario VS punto de vista del vendedor. En el siguiente gráfico se exponen ambos puntos de vista:

FACEBOOK DESDE LA MENTE DE UN USUARIO



FACEBOOK DESDE LA MENTE DE UN VENDEDOR



ENTRETENIMIENTO

Vídeos, comentarios, testimonios, concursos, juegos, recompensas, retos, interacciones...

PROMOCIONES, DESCUENTOS Y CONCURSOS

- Descuentos cada semana
- Regalo directo productos
- Concursos con recompensa de experiencias

VÍDEOS SELFIE

Muestras de productos, tutoriales do it yourself, exposición personal del vendedor, PERSONALIZAMOS la marca.

INFORMACIÓN

Agenda eventos, noticias curiosas del sector ó contenido exclusivo y de CALIDAD

Y de igual modo, tenemos que cambiar nuestra manera de pensar a la hora de usar Twitter como 'pasarela' de marketing rentable:

TWITTER DESDE LA MENTE DE UN USUARIO

¿QUÉ ESTÁ PASANDO AHORA MISMO?

Quiero información al minuto, por eso sigo a medios y a perfiles relevantes de mi entorno

USO TWITTER Y LAS MARCAS PARA SACAR BENEFICIO

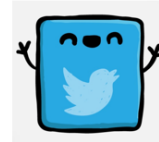
- Uso este canal para PEDIR cosas
- Uso este canal para QUEJARME
- Uso este canal para solicitar opiniones y ayuda

LEO, PERO NO ENTRO EN ENLACES

Me gusta la información concisa
Tolero bien las imágenes y los vídeos vimeo 1 minuto

¿QUÉ HAGO HOY?

Agenda eventos, noticias curiosas del sector ó contenido exclusivo y de CALIDAD



TWITTER DESDE LA MENTE DE UN VENDEDOR

¿QUÉ ESTÁ PASANDO AHORA MISMO?

- Doy Tweets de la actualidad de mi localidad
- Comento las noticias del día en mi localidad

USO TWITTER Y LAS MARCAS PARA SACAR BENEFICIO

- Respondo a todas las interacciones
- Ofrezco ventajas por seguirnos
- Tweet diario de oferta LAST MINUTE

LEO, PERO NO ENTRO EN ENLACES

Doy la información importante en los 140 caracteres. Los enlaces sólo son de apoyo.
Trabajo los vídeos de 1 minuto de Vimeo.

¿QUÉ HAGO HOY?

Ofrezco tweets de Agenda eventos de mi localidad
Personalizo la marca con Tweets de eventos



b) Adecuación de perfiles y páginas en RRSS para que sean más rentables

Antes de empezar con el método del 5 y una vez estudiada la teoría sobre la usabilidad de redes sociales por parte de los usuarios españoles, llega el momento de adecuar los perfiles, tanto de Facebook como de Twitter para hacerlos más llamativos, indexables y, por tanto, rentables.

Para ello, se recomiendan los siguientes pasos:

Facebook

¿Qué tiene que tener?

1-. FOTO DE PORTADA IMPACTANTE

Para ello usaremos, por ejemplo, la herramienta de imágenes libres de derechos y con autoría www.freepik.com.

2-. PESTAÑAS PERSONALIZADAS

Una de las herramientas más fáciles de gestionar, con interfaz en español, para crear y personalizar pestañas para páginas de Facebook es www.socialtools.me.

3-. CREA TU LLAMADA A LA ACCIÓN (Genial para MÓVIL Y TABLETS)

Esto es posible desde nuestra propia página de Facebook. Sólo tendrás que invertir 3 minutos en cambiar tu llamada a la acción y elegir aquella que se corresponda mejor a las necesidades de tu negocio/servicio en cada momento. (Ej: Si yo quiero promocionar un taller, la llamada podría ser ‘reservar’, para que quien quiera se inscriba directamente y reserve su plaza).

4-. VÍDEO DE PRESENTACIÓN, COMENTARIOS Y VALORACIONES

Vídeos fáciles realizando fotomontajes con imágenes y títulos superpuestos se pueden realizar con herramientas como www.stupeflix.com, o también vídeos animados con www.goanimate.com.

Para conseguir más comentarios positivos y valoraciones lo único que tenemos que hacer es PEDIRLOS. Para un negocio, trabajar siempre con que un feedback

positivo no se quede en el anonimato debe ser metódico. Recomendamos premiar esos comentarios positivos en la página de Facebook o reseñas en G+ con descuentos y ventajas para siguientes compras.

5-. INFORMACIÓN COMPLETA (PERO CON PALABRAS CLAVE)

Este paso apenas te llevará 10 minutos, pero es importante para geolocalizar tu negocio en los buscadores de redes sociales, así como para remarcar con tu palabra clave todos los campos de información, logrando de este modo que si alguien nos busca en el cuadro del buscador, tanto de Facebook como de Twitter, salir en los primeros resultados.

Twitter

1-. PERSONALIZA FOTO PERFIL, FOTO DE FONDO Y FOTO DESTACADA

Invertir 15 minutos en mejorar las fotos de perfil, la imagen de fondo y la foto destacada de un perfil de Twitter es ganar en branding y notoriedad. Cambia las tres fotos, que sean diferentes e incorpora texto corporativo en la medida que se pueda respetando los espacios y los colores.

2-. PALABRAS CLAVE EN INFORMACIÓN

Como hemos explicado, para el perfil/página de Twitter la inclusión de palabras clave en los campos de descripción, el nombre del perfil o el enlace autorizado nos ayudarán a salir en los primeros resultados de búsqueda dentro de la plataforma Twitter.

3-. ¿A QUIÉN SIGUES? ¿QUIÉN TE SIGUE?

Utiliza herramientas como www.socialbro.com para vigilar y conocer detalles, tanto de tus seguidores como de los perfiles que sigues. Nunca sigas por seguir, siempre analiza si detrás de ese perfil puedes encontrar un proveedor, cliente, aliado, fuente de información, etc.

c) El método del 5. En qué consiste y cómo se trabaja.

Llegados a este punto, es el momento de concretar qué es y en qué consiste el Método del 5, también conocido Método Aquere, creado y diseñado por nuestra Agencia de comunicación, Aquere Social Media, para la gestión profesional eficaz del marketing en redes sociales para pymes, profesionales y autónomos. El método consiste en la automatización de muchos de los procesos diarios del marketing en redes sociales sabiendo qué técnicas funcionan para según qué red social.

TÉCNICA	MÉTODO DEL CINCO
HERRAMIENTAS	EXCEL, HOOTSUITE, PICKTOCHART, SOCIAL TOOL
ORGANIZACIÓN	¿SÉ QUÉ ES LO QUE TENGO QUE HACER?
PLANIFICACIÓN	ORGANIGRAMA

El método del 5 se divide en lo siguiente:

CINCO HORAS A LA SEMANA (1 al día o 4 de golpe + 1 de monitorización).

1 HORA MONITORIZACIÓN (Se recomienda 12 minutos diarios sobre las 13:00 horas)

1 HORA PROGRAMACIÓN DE PUBLICACIONES (Usando herramientas de programación como Hootsuite).

3 HORAS creación de material a utilizar (Artículos, vídeos, concursos, podcast, ilustraciones, infografías, adivinanzas, juegos, etc.)

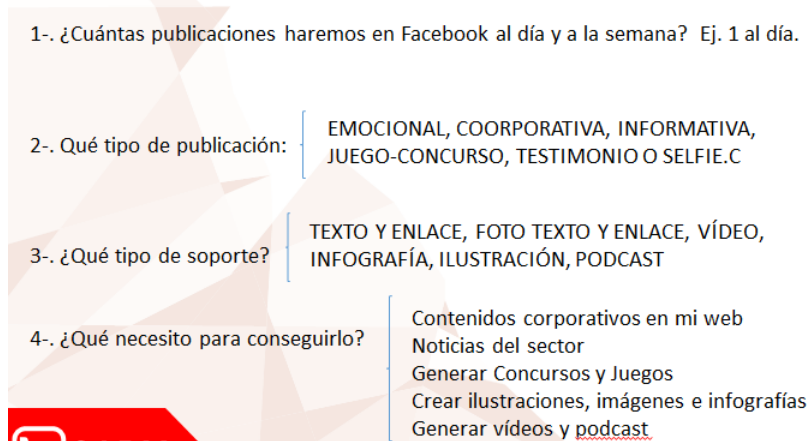
Dos tareas básicas: Marketing de contenidos (Publicaciones) y Marketing de Seducción (Búsqueda de nuevos seguidores e interacciones).

Ejemplo real de Método del 5 para una empresa:

METODO AQUARE-- BIOSAKURE					
		CRISTINA			
	EDITORES	LUIS			
				Mi recomendación es dividir las tareas: Cristina Blog + Videos+ Facebook Instagram y Pinterest). Luis trabajo con Twitter, email marketing y recomendación, podéis dividirlo como queráis o como mejor se os v	
Horario	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
10:00	Artículo/Podcast				
De 10 a 13 horas	C. Emocional	Información	Comercial	Artículo/Podcast	Emocional+PROMOCIONES
9:00	C. Emocional	C. Emocional	C. Emocional		C. Emocional
11:00	CORPORATIVO	CORPORATIVO	CORPORATIVO	Artículo/Podcast	CORPORATIVO
13:00	INTERACCIONES	INTERACCIONES	INTERACCIONES		INTERACCIONES
16:00	ENTRETENIMIENTO	ENTRETENIMIENTO	ENTRETENIMIENTO		ENTRETENIMIENTO
19:00	DIVERTIDO/PROMOCION	DIVERTIDO/PROMOCION	DIVERTIDO/PROMOCION	DIVERTIDO/PROMOCION	DIVERTIDO/PROMOCION
SINDICADO CON FACEBOOK SINDICADO CON FACEBOOK PUBLICAR VIDEO CADA 15 DÍAS					
1 vez al mes, hay que ver resultados blog, web, emailmarketing y resultados en RRSS					
DEL 1 AL 5 del mes CORREO COMERCIAL					
DEL 15 AL 18 del mes CORREO DIVULGATIVO					

BLOG				
S1	Artículos			
S2	Podcast			
S3	Infografías			
S4	Testimonios			
Cuando sean	Eventos			
Contenidos corporativos				
Cómo hacer un pedido	S1			
Así son nuestros mejores encargos	S2			
Así fabricamos nuestros productos	S3			
¿Por qué usar productos biosakure?	S4			
Eventos que vienen	Según			
YOUTUBE				
Tipos de video a elegir (1 cada 15 días)				
Así son nuestros productos (cómo se hacen, para qué sirven)				
Tutoriales				
Testimonios				
El día a día de Biosakure (sómo somos)				
¿Te acuerdas? Y ponemos un video antiguo.				

ASÍ FUNCIONA EL MÉTODO DEL CINCO PARA FACEBOOK Y TWITTER

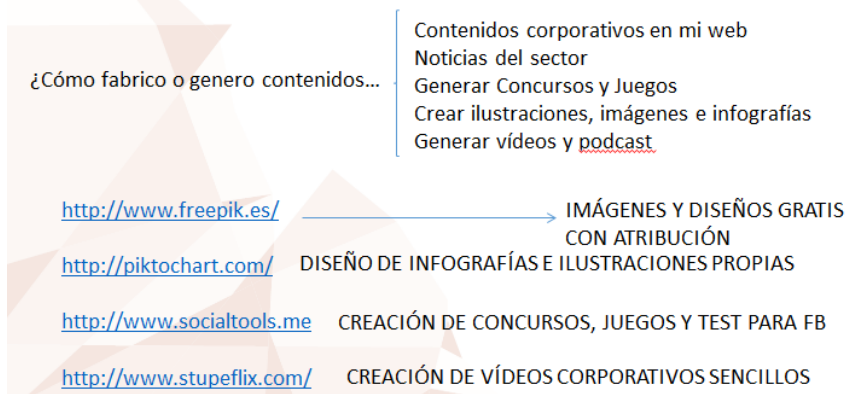


Marketing de contenidos

Sabiendo por red social y por horas qué tipo de contenido debemos realizar es mucho más fácil preparar el material. De este modo, los tipos de contenidos de los que tenemos que preparar material son los siguientes:

- Contenidos emocionales (Frases bonitas, humor, reflexiones, juegos, etc.)
- Información General (Noticias del sector, noticias que puedan interesar a nuestro público objetivo)
- Información Corporativa (Hablamos de nosotros mismos, nuestra empresa y nuestros productos)
- Entretenimiento y concursos (Juegos, vídeos)
- Promociones y descuentos

ASÍ FUNCIONA EL MÉTODO DEL CINCO PARA FACEBOOK Y TWITTER



Marketing de seducción

Una labor muy importante para conseguir que las redes sociales generen beneficios y rentabilidad es no quedarnos en la mera publicación de contenidos, sino pasar al plano comercial más activo con la BÚSQUEDA Y SELECCIÓN de posibles clientes.

PASO 1: Entra en la cuenta de competencia

PASO 2: Selecciona 8 cuentas diarias de personas que crees que pueden ser clientes potenciales

PASO 3: INTERACTURA INTERESADAMENTE CON ELLAS

REPARTE MENCIONES, RT, SEGUIR Y FAVORITOS

d) PEPI, nuestra aliada para vender en RRSS

Para ganar dinero en RRSS tienes que CONOCER a **PEPI**:

PROMOCIONES

ENTRETENIMIENTO

PUBLICIDAD

INFORMACIÓN

¿Cómo lo consigo? Ya puedes estar buscando las siguientes herramientas.

Concursos, gamificación, publicidad, marketing de contenidos y técnicas de marketing viral.

Concursos SOCIALTOOLS.ME

Gamificación SOCIALTOOLS.ME

Marketing de contenidos BLOG PROPIO

Marketing Viral INTERACCIONES

Publicidad Facebook Ads y Twitter Cards

e) Publicidad en Redes Sociales (Facebook Ads y Twitter Cards)

Invertir en publicidad pagada en redes sociales en la actualidad es una manera recomendable de apoyar una campaña de marketing online con un coste bajo y una rentabilidad bastante elevada. De media, podemos decir que por cada 20 euros invertidos en cada una de las dos fuentes publicitarias se pueden conseguir entre 5.000 y 15.000 personas alcanzadas y una media de 110 conversiones en forma de clics, inscripciones o acceso a landing pages, por lo que es una acción interesante para Pymes, autónomos y profesionales.

A la hora de configurar una campaña de publicidad de Facebook tenemos que tener en cuenta lo siguiente:

Quiero **alcance** (No me importa tanto la conversión) --- ANUNCIO PAGADO

Quiero **conversiones** (Clics, inscritos, etc.) --- POST PATROCINADO

Desde este taller recomendamos realizar una campaña por cada uno de los públicos y objetivos de nuestro negocio. Ej: Pongamos que queremos gastar 60 euros en un anuncio para un Curso de Facebook y Twitter. ¿Cómo conseguiríamos obtener la máxima rentabilidad?

CAMPAÑA Curso Facebook y Twitter. Presupuesto 60 euros

Anuncio 1:

Jóvenes, universitarios en Murcia

Presupuesto: 20 euros

Duración: 1 semana

Anuncio 2:

Empresarios y autónomos Murcia

Presupuesto: 20 euros

Duración: 1 semana

Anuncio 3:

Público interesado en marketing en Murcia

Presupuesto: 20 euros

Duración: 1 semana

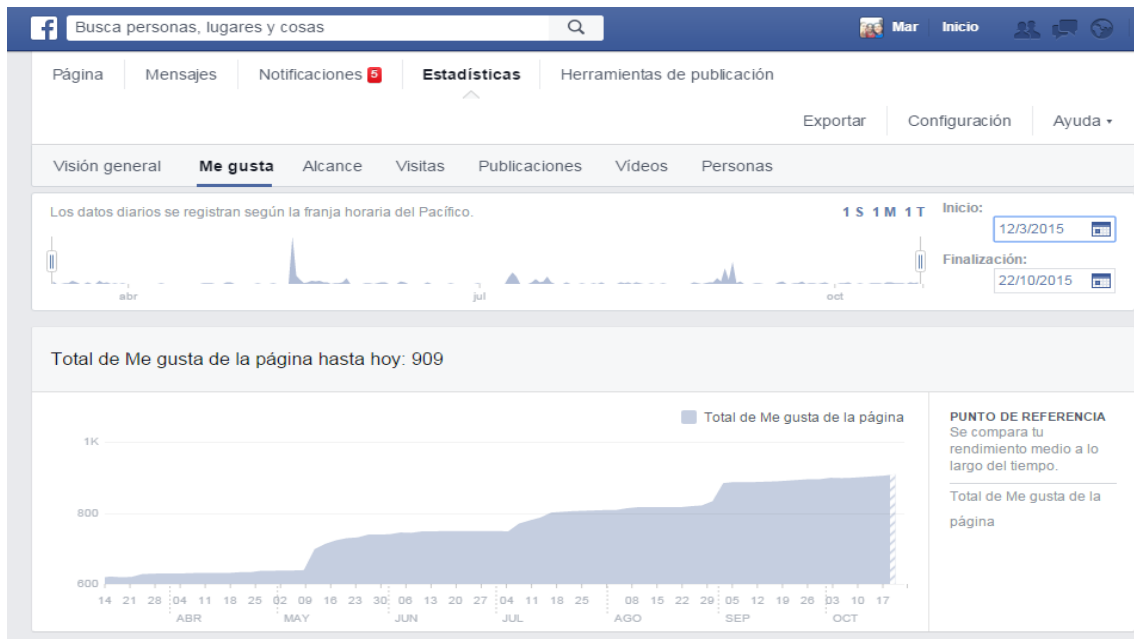
A más segmentación, más éxito.

Respecto a la publicidad en Twitter, podemos añadir que según estadísticas de la APP profesional SocialBro, las Twitter Ads, la publicidad en Twitter, genera *leads* a **un tercio del coste de otros canales de marketing y tiene un porcentaje de clics de 8 a 24 veces más alto** que los anuncios de Facebook. Es cada vez más habitual que veamos tuits promocionados en nuestro timeline y si no fuera por la pequeña flecha amarilla que indica que es publicidad, ni nos percataríamos.

f) Casos prácticos reales. Campañas que tuvieron éxito.

Los casos reales expuestos en el taller fueron de la Campaña de Facebook realizada por Aquere Social Media para el Festival de Microcortos Ser o no Ser 2015 en profundidad, y luego mención especial sobre la campaña que en Twitter está realizando la web AirBnb.

Campaña Ser o no Ser



PUNTO DE PARTIDA

- Página con 600 me gusta (la mayoría del certamen anterior)
- Publicaciones arbitrarias, personalizadas e intuitivas
- 3 cortos presentados a concurso

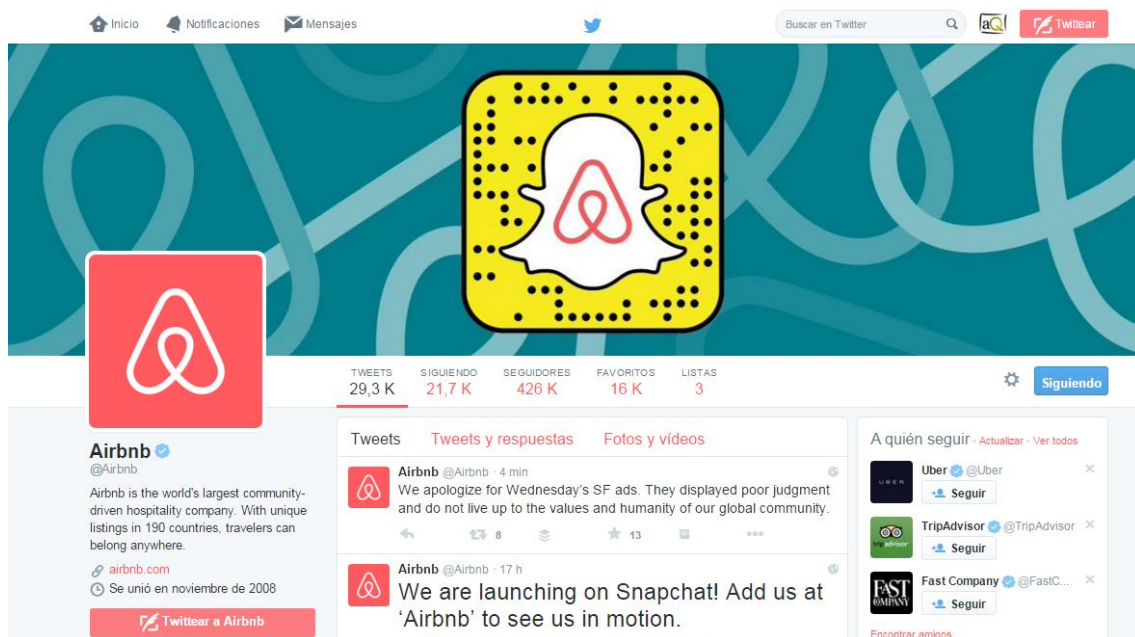
OBJETIVO QUE NOS PIDIERON

- Conseguir al menos 13 cortos presentados al concurso

OBJETIVOS CONSEGUIDOS EN 2 MESES de campaña

- Página con + 900 me gusta
- 33 cortos presentados

Campaña Twitter de Airbnb



Destacamos en nuestra presentación el Caso de Éxito de la campaña a nivel internacional puesta en marcha por AirBnb en Twitter, ya que SIN hablar nunca de ningún ejemplo concreto sobre sus alojamientos, han conseguido un crecimiento exponencial en Twitter haciendo Marketing de Contenidos basado en hablar de viajes y lugares que visitar en todo el mundo y destacando que el dinero de una experiencia así sólo te lo gastarás en transporte, comidas y salidas porque el alojamiento es mucho más barato usando su plataforma. Sencillo, elegante, pero sobre todo EFICAZ.

Resumen

En definitiva, lo que separa el éxito del fracaso en la aplicación de técnicas de marketing en redes sociales para el entorno de pymes y autónomos es la dedicación de un tiempo mínimo diario o semanal, y la profesionalización de los trabajos usando sólo técnicas que den resultados, afinando el tipo de técnica, comunicación y hora con el target de público objetivo y finalidad.

Con el Método del 5 se busca aunar una metodología fácil, entendible y asequible con herramientas en su mayoría gratuitas o con un coste menor a 10 euros mensuales, para que cualquier persona con un nivel medio-avanzado pueda poner en marcha con éxito sus propias estrategias de marketing en redes sociales y conseguir recuperar la inversión por un lado y conseguir beneficios por otro.

El plan contempla el desarrollo de acciones mínimas que concentran cinco horas semanales durante un periodo que se recomienda sea de al menos tres meses. El análisis de los resultados será el último paso del método para ver si mes tras mes se superan los valores que habremos apuntado antes de las acciones iniciales.

Recursos y bibliografía

1. <http://blog.hubspot.es/marketing/10-anuncios-en-facebook-ads-que-funcionan>
2. <http://www.educacionline.com/instituto-de-marketing-online/5-casos-de-exito-de-marcas-en-facebook/>
3. <https://www.facebook.com/business/success>
4. <https://business.twitter.com/es/help/conversion-tracking-for-websites>
5. <http://es.socialbro.com/blog-sobre-estrategia-social/>
6. <https://www.facebook.com/business/products/ads/ad-targeting/>
7. <https://www.facebook.com/business/learn/facebook-ads-choose-audience/>
8. <http://es.socialbro.com/los-8-tipos-de-twitter-cards-publicidad-en-twitter/>
9. <https://dev.twitter.com/cards/overview>
10. <http://blog.hubspot.es/marketing/generacion-de-leads-con-twitter-ads-tweets-promocionados-vs-lead-generation-cards>

