Programa Liderazgo de Mujeres Emprendedoras

COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES. TRUCOS PARA GENERAR IMPACTO

26 ABRIL 2021. DE 11.00 A 13.00 HORAS. IAF (ONLINE)

IAF INSTITUTO ARAGONES DE FOMENTO

La VOZ de las COSTURERAS

Noemí Martínez

PERIODISMO · REDACCIÓN · MARQUETACIÓN

Imparte

Noemí
Martínez Pérez

Periodista,
escritora y
Community Manager

Trayectoria

Miembro de BNI
Smart Mum (Responsable de Comunicación)
La Voz de las Costureras (CEO)
El Periódico de Aragón (Maquetación)
Europa Press (Redacción)
Deia (Redacción)
Mungia Irratia (Locución)
Santurtzi Irratia (Locución)

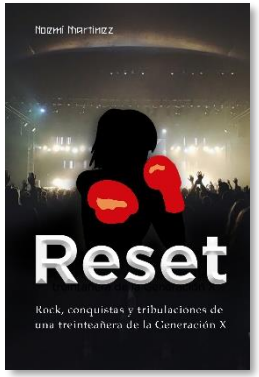
Contacto

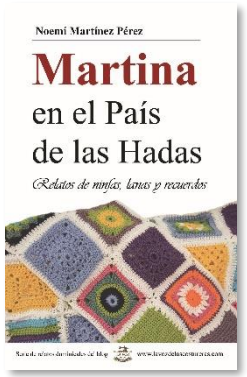
noemimartinez@periodistasdearagon.org
www.noemimartinezperez.com

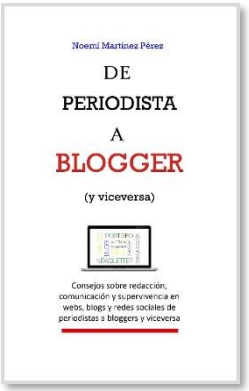
Premios

*Premio Europeo de Tecnología e Innovación 2020
*Premio Europeo Mujer Emprendedora 2019
*Premio Excelentes 2019
*Primer premio en el Primer Certamen Internacional de Micropoemas Vías Literarias de Barrios de Letras (2018)

Publicaciones







Disponibles
en ebook
y papel en

amazon

Las redes sociales, adolescentes

LINKEDIN
NACIDA EN 2002
19 AÑOS

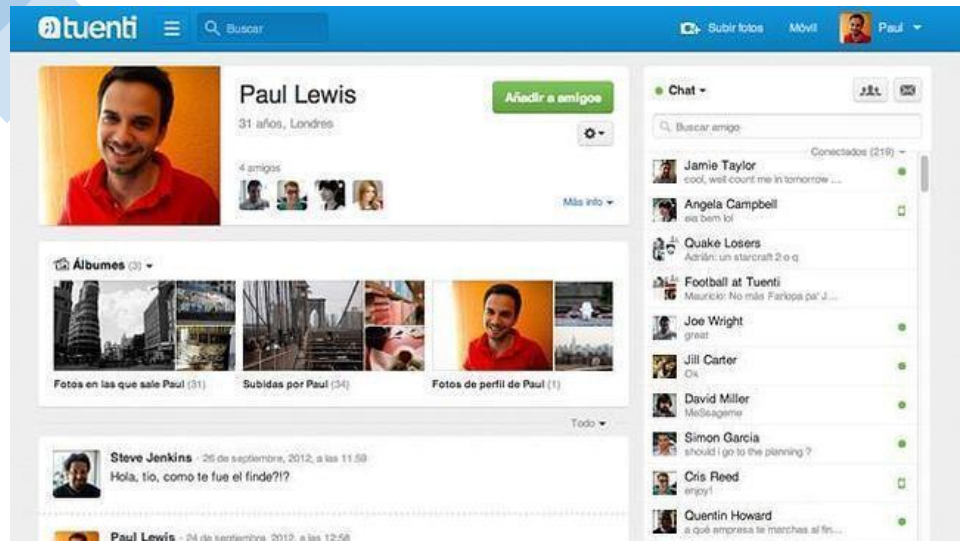
FACEBOOK
NACIDA EN 2004
17 AÑOS

TWITTER
NACIDA EN 2006
15 AÑOS

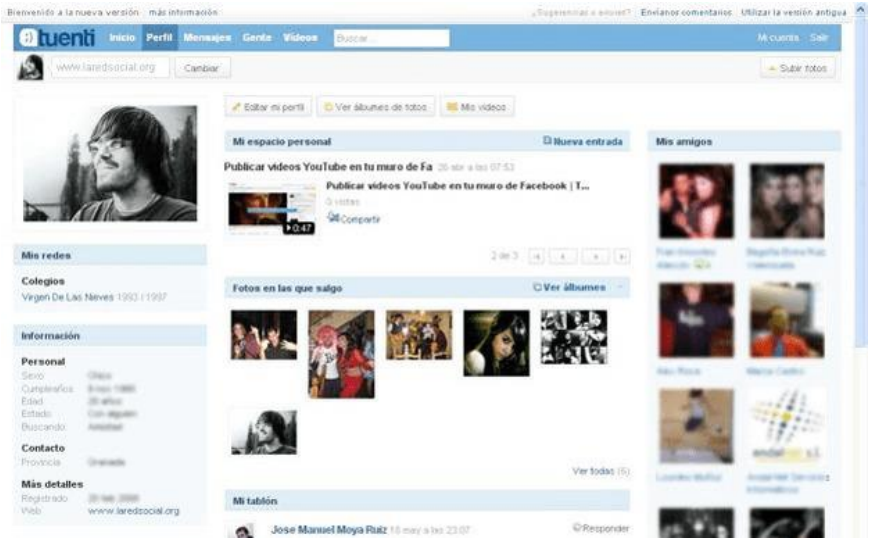
WHATSAPP
NACIDA EN 2009
12 AÑOS

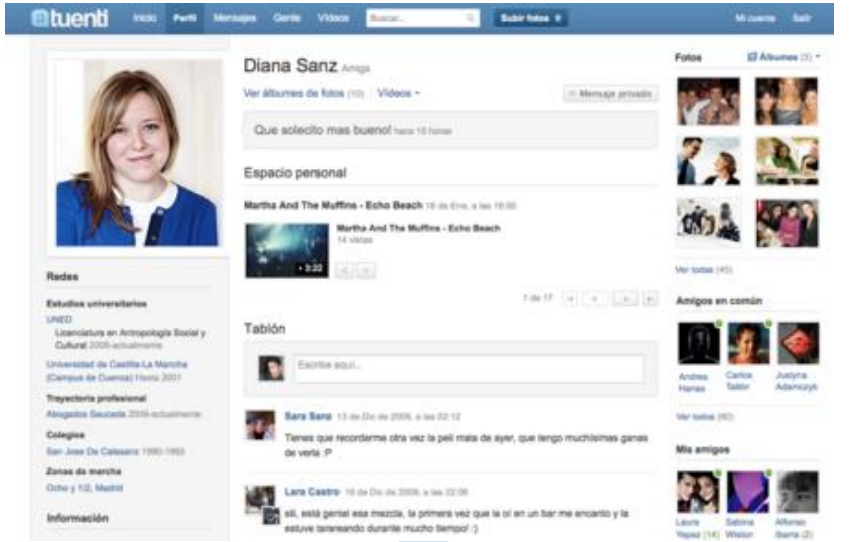
INSTAGRAM
NACIDA EN 2010
11 AÑOS

TIK TOK
NACIDA EN 2018
3 AÑOS


tuenti
Buscar
Subir fotos
Móvil
Paul
Paul Lewis
31 años, Londres
Añadir a amigos
4 amigos
Más info
Álbumes (3)
Fotos en las que sale Paul (31)
Subidas por Paul (34)
Fotos de perfil de Paul (1)
Todo
Steve Jenkins · 26 de septiembre, 2012, a las 11:59
Hola, tio, como te fue el finde?!?
Chat
Buscar amigo
Conectados (219)
Jamie Taylor
cool, well count me in tomorrow ...
Angela Campbell
ea bem lol
Quake Losers
Adrián: un starcraft 2 o q
Football at Tuenti
Mauricio: No más Parlopa pa' J...
Joe Wright
great
Jill Carter
Ok
David Miller
MeSsageme
Simon Garcia
should i go to the planning ?
Cris Reed
enjoy!
Quentin Howard
a qué empresa te marchas al fin...

tuenti


tuenti
Inicio
Perfil
Mensajes
Gente
Videos
Mi espacio personal
Nueva entrada
Publicar videos YouTube en tu muro de Fa
Publicar videos YouTube en tu muro de Facebook | T...
Mis amigos
Mis redes
Colegios
Fotos en las que salgo
Ver álbumes
Información
Personal
Contacto
Más detalles
Mi tablón
Jose Manuel Moya Ruiz


tuenti
Diana Sanz
Ver álbumes de fotos
Videos
Que solecito mas bueno!
Espacio personal
Martha And The Muffins - Echo Beach
Tablón
Redes
Información
Fotos
Amigos en común
Mis amigos

abuelas

cotilleando desde tiempos inmemorables

CHICAGO CUB
1934

SERVICE
PRODUCT
RELATIONSHIP
SALE
BUSINESS PLAN
Marketing
EXPENSES
TAX
INCOME
PROFIT

craquo

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

1- Herramientas de socialización y entretenimiento

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

1- Herramientas de socialización y entretenimiento

2-Medios de comunicación social

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

1- Herramientas de socialización y entretenimiento

2-Medios de comunicación social

3-Atención al cliente

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

1- Herramientas de socialización y entretenimiento

2-Medios de comunicación social

3-Atención al cliente

4-Herramientas para el marketing

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

1- Herramientas de socialización y entretenimiento
2-Medios de comunicación social
3-Atención al cliente
4-Herramientas para el marketing

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

Medios de comunicación social

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

Medios de comunicación social

REDACT@R JEFE: DEDICE EL CALENDARIO DE TEMAS

REDACTOR@S: ESCRIBEN
INFOGRAFISTAS: ELABORAN CREATIVIDADES
FOTÓGRAF@S: CAPTURAN Y EDITAN LA FOTO
ESPECIALISTAS EN VÍDEO: ELABORAN VIDEO

CALENDARIO EDITORIAL ➡ EQUIPO

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

Atención al cliente

RESOLVER DUDAS DE CLIENTES

SATISFACER CLIENTES

ATRAER Y ATENDER POTENCIALES CLIENTES

¿Qué son las redes sociales?

Conócelas antes de manejarlas

Herramienta para el marketing

MARKETING DE CONTENIDOS

INBOUND MARKETING

MARKETING RELACIONAL

MARKETING DEL PERMISO

…

Socoorro

¿Cómo crecer en redes?

Visibilidad en tres pasos

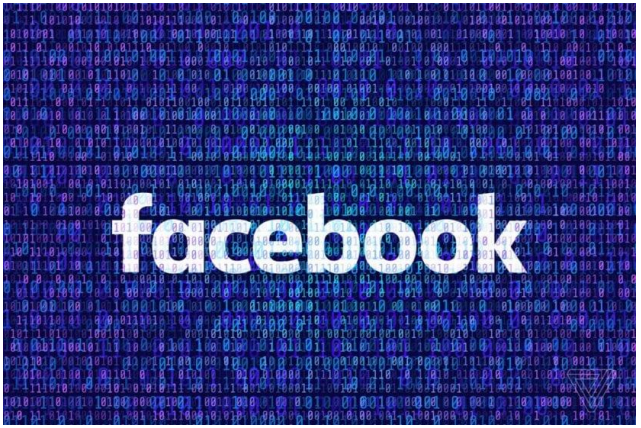
1- Pagando (promoción)

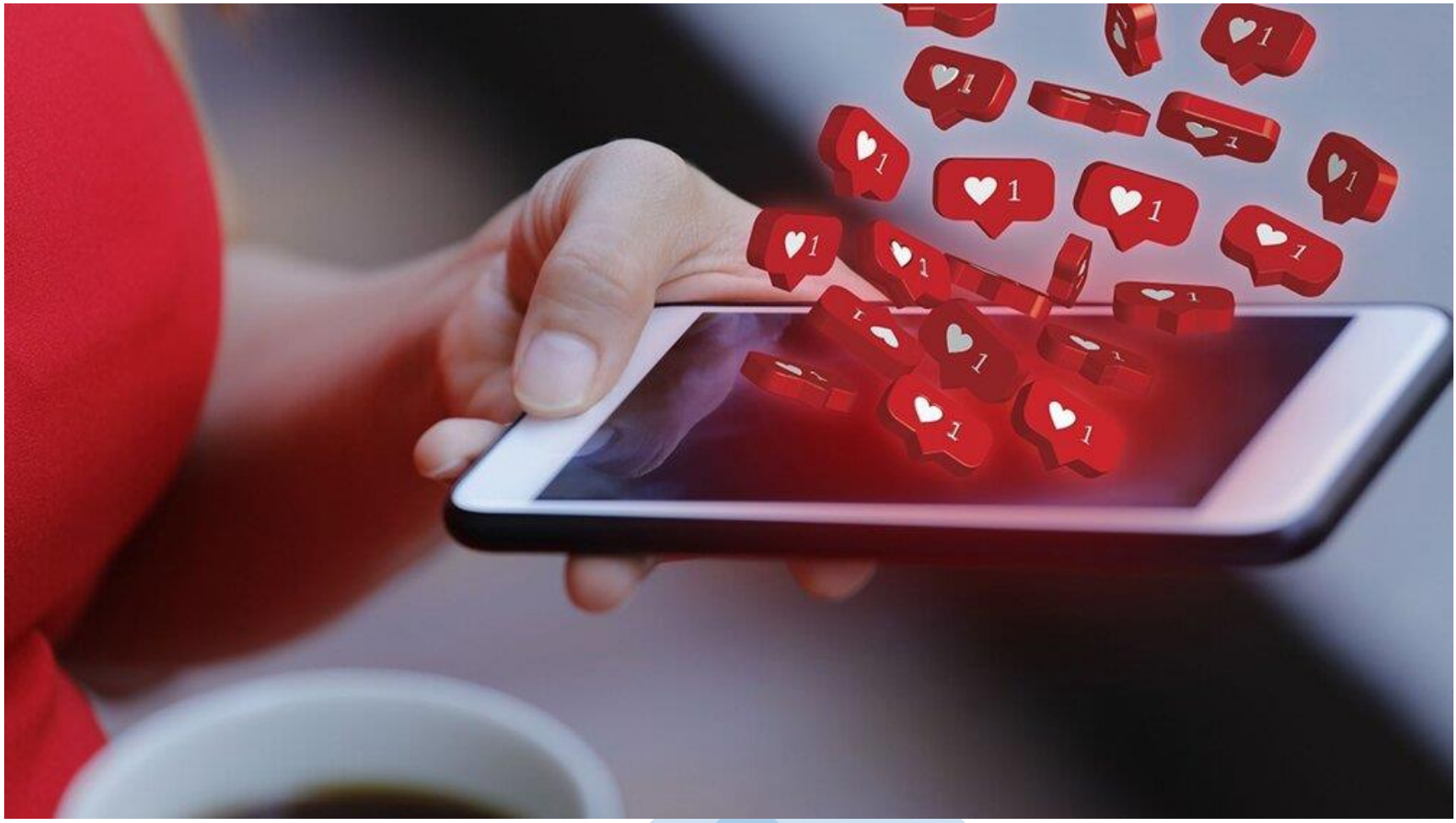
2- Metiendo horas (contenidos, likes y seguimiento)

3- Pagando y metiendo horas (¡jarlll!)

Los misteriosos algoritmos

100.000 factores para volvernos locas





Los misteriosos algoritmos

100.000 factores para volvernos locas

*Contenido frecuente de buena calidad

Los misteriosos algoritmos

100.000 factores para volvernos locas

*Contenido frecuente de buena calidad

*Ver qué cuentas siguen los usuarios que nos interesan

Los misteriosos algoritmos

100.000 factores para volvernos locas

*Contenido frecuente de buena calidad

*Ver qué cuentas siguen los usuarios que nos interesan

*Mimar otras cuentas afines o complementarias

Los misteriosos algoritmos

100.000 factores para volvernos locas

*Contenido frecuente de buena calidad

*Ver qué cuentas siguen los usuarios que nos interesan

*Mimar otras cuentas afines o complementarias

*Lograr muchos seguidores de tu nicho

Los misteriosos algoritmos

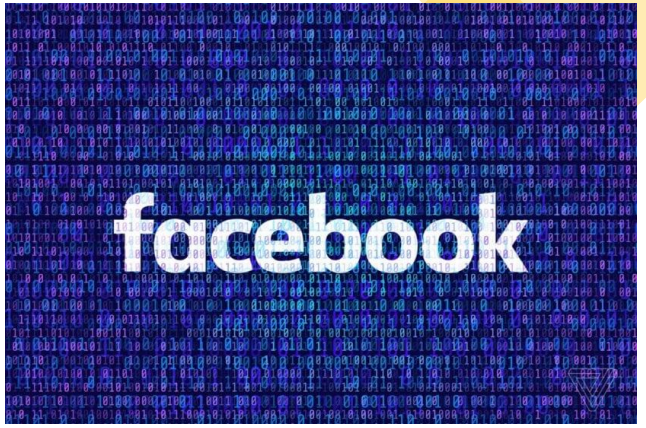
100.000 factores para volvernos locas

*Promocionar la cuenta

*Promocionar una publicación de éxito

Los misteriosos algoritmos

100.000 factores para volvernos locas



QUÉ PREMIA :

*Prefiere las publicaciones de amigos y familiares (las pone en primer lugar en el muro)

*Rostros

*Contenido de alta calidad

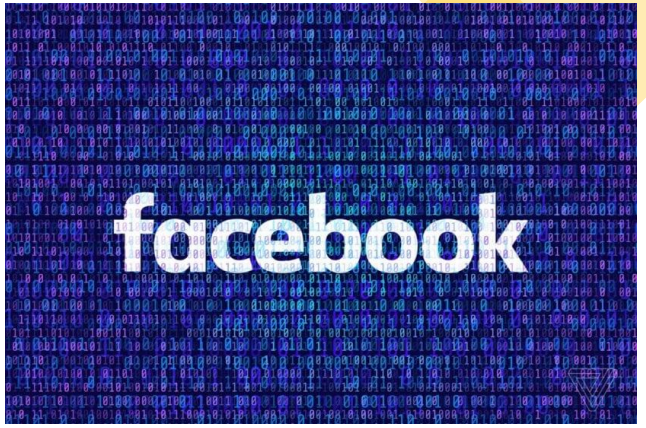
*Interacciones de los usuarios

*Grupos

*Vídeos

Los misteriosos algoritmos

100.000 factores para volvernos locas



QUÉ PREMIA :

*Prefiere las publicaciones de amigos y familiares (las pone en primer lugar en el muro)

*Contenido de alta calidad

*Interacciones de los usuarios

*Grupos

*Vídeos

QUÉ CASTIGA:

*Publicaciones cebo: “etiqueta a un amigo si crees que no le gustan los lunes”

*Carga lenta de una web

*Contenido de baja calidad

*Enlaces

*Limita el número de anuncios por fanpage (véase: https://marketing4ecommerce.net/facebook-limitara-la-cantidad-de-anuncios-que-una-pagina-puede-tener-activos-al-mismo-tiempo/)

Instagram

Y sus Reels

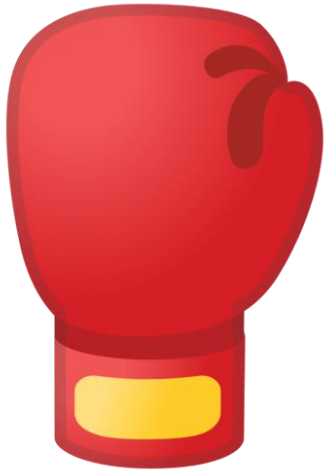
*Usa la música de moda para posicionar mejor

* Tienes hasta 30 segundos

* Para profundizar, te recomiendo los cursos de @andreafcommunitymanager/

Instagram Vs Tik Tok

¿Cuál es mejor para ti?

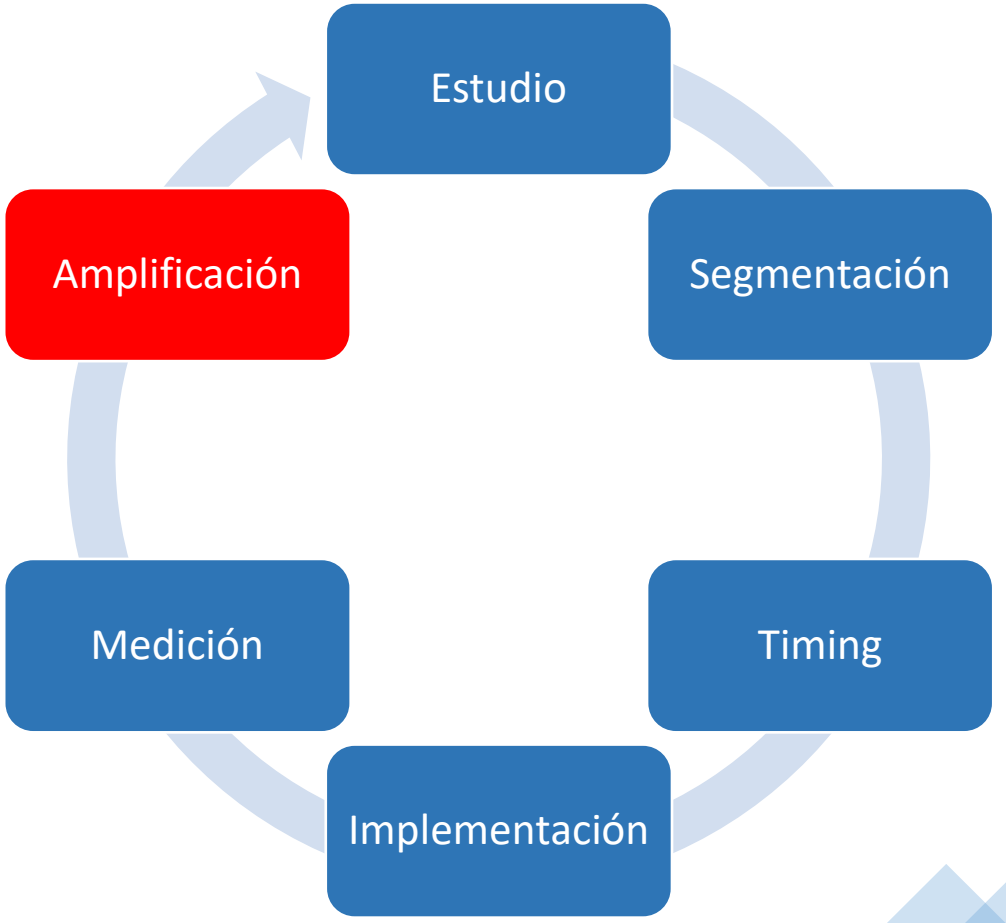


https://promocionmusical.es/social-media/por-que-es-importante-tik-tok-para-marcas-2020

https://metricool.com/es/marketing-en-tiktok/

Organización

Las fases de la gestión de redes sociales



ESTUDIO

¿DÓNDE ESTÁN TUS CLIENTES?

https://iabspain.es/estudio/estudio-redes-sociales-2020/

ESTUDIO

¿Qué busco en mis redes sociales?

*Reconocimiento de marca

ESTUDIO

¿Qué busco en mis redes sociales?

*Reconocimiento de marca

*Generación de contactos de venta

ESTUDIO

¿Qué busco en mis redes sociales?

*Reconocimiento de marca

*Generación de contactos de venta

*Retención de clientes

ESTUDIO

¿Qué busco en mis redes sociales?

*Reconocimiento de marca

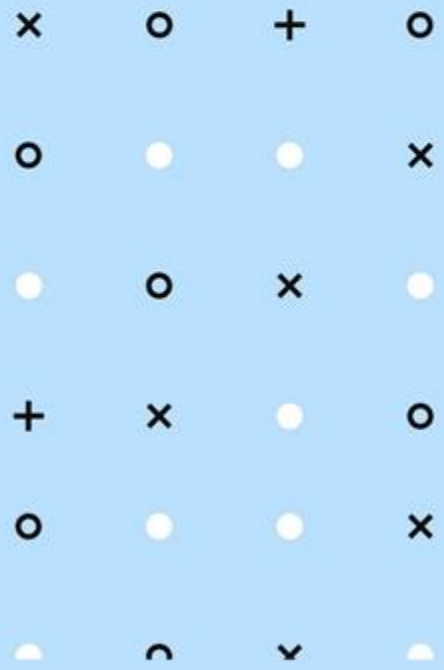
*Generación de contactos de venta

*Retención de clientes

*Investigación de mercado

SEGMENTACIÓN

¿CÓMO SON TUS CLIENTES?



En las redes sociales de vuestros negocios tenéis que hablarle a aquellas personas que son potenciales **usuarias o consumidoras** de vuestros productos o servicios.

Y para ello, tenemos que saber **quiénes son y qué preocupaciones tienen**.

Herramientas

Para conocer a los que nos compran

*Análisis de la> competencia

Rival IQ https://www.rivaliq.com/

*Descubre tu Buyer Persona o Cliente Ideal

*Estima el tamaño de tu audiencia

Estima tu audiencia
https://www.facebook.com/business/ads

*Selecciona los medios sociales adecuados
a tu audiencia

TIMING

¿QUÉ LES INTERESA A TUS CLIENTES?

Qué publicamos

Con qué tono

Cuándo

Con qué frecuencia

CALENDARIO EDITORIAL

Frecuencia de publicación

Lo mínimo para que te vean

Facebook: 1 vez al día

Instagram: una o dos veces al día (lo ideal, 12 al día)

Twitter: varias veces al día (unas 5 en diferentes horarios)

Linkedin: una vez por semana

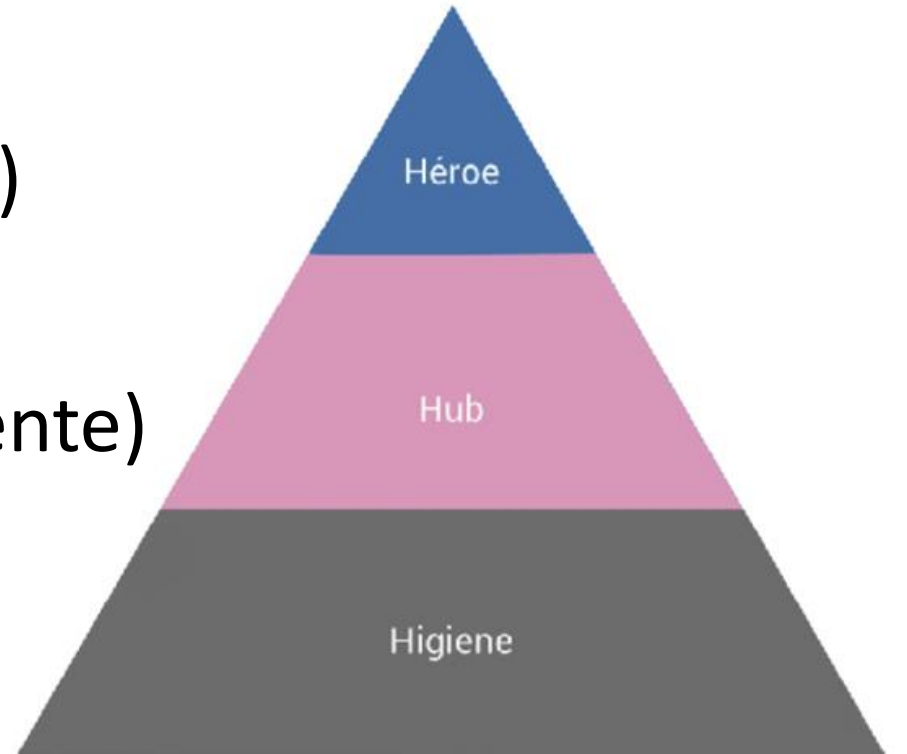
Tipos de contenido

Según Google

Héroe (pocos post al mes, pero muy importantes)

Hub (el centro de la estrategia de contenido)

Higiene (los que hay que hacer frecuentemente)



Calendario editorial

O qué publicar y cuándo

CONTENIDOS:

*Producto

*Valores de mis clientes

*Generado por mis fans

*Concursos y promociones

CALENDARIOS DE DÍAS ESPECIALES:

https://business.twitter.com/es/resources/twitter-marketing-calendar.html

https://calendarios.ideal.es/especial/dias-mundiales

https://www.ecologiahoy.com/calendario-ecologico-ambiental

Calendario editorial

Cuánto y cómo de cada

CONSEJOS:

*Haz un calendario de lunes a viernes (para “librar” en redes los fines de semana)

*Pon un horario de atención de redes sociales (ej: L-V de 18.00 a 20.00 horas)

EXCEL O FOLIO:

*Qué días especiales hay

*Cuántas veces publicarás cada contenido (ej:30% del contenido de producto, el 30% de valores de clientes, el 30% de contenido generado por los fans y el 10% concursos y promociones)

*Escribir los copys

Ejemplo de calendario editorial

Fuente: https://www.socialancer.com/descarga-tu-calendario-editorial-de-social-media/

Facebook

Semana 1 (3/9/2012 - 7/9/2012)	Frecuencia de publicación	Fechas especiales	Hora	Objetivo del mensaje	Temática	Fuentes	Contenido visual (foto, vídeo, gráfico...)	Mensaje /Tweet
Lunes	1		9:00	Recordar al público que es la feria para que se pueda organizar la semana	¡Listos para la feria!	Enlace al último post del blog	Foto del recinto	¡Ya estamos listos para la feria [nombre de la feria]! :) Si queréis pasar a vernos y a tomar algo, nos encontraréis en [ubicación en la feria].
3/9/2012	2		17:00	Noticia	Noticia del sector	www.		¿Sabíais que...?
Martes	1		9:30	Obtener respuestas sobre la red en la que se encuentran los clientes para que los comerciales contacten con ellos a través de esa red	Maquinaria que se expondrá en la feria	Utilizar la aplicación Preguntas de Facebook (dejar abiertas las respuestas)		¿Qué red social sueles utilizar más? Respuestas: Facebook, Twitter, Linkedin, Google+, Pinterest...
4/9/2012	2		18:00	Llamar la atención	Impactar con un contenido visual	www.	Foto original relacionada con nuestro sector	Poner un comentario curioso según la foto.
Miércoles	1	Feria sectorial	9:14	Crear expectación e interés sobre nuestro producto estrella en la feria	Producto		Foto del estand	¿Sabéis cuál es el producto en el que más hemos trabajado? Dejad un "Me gusta" y os lo explicamos por DM. ;)
5/9/2012	2	Feria sectorial	17:14	Los rezagados todavía están a tiempo de venir	Recordar la hora de finalización de la feria	www del evento con localización de nuestro estand		¿Todavía no nos hemos visto? Quedan [x tiempo] para que podamos charlar un rato. ¡Esto se acaba a las [x] h! ;)
Jueves	1		10:00	Fidelizar / atención al cliente	Agradecimiento a los que vinieron al stand		Fotos con clientes (sobre todo de encuentros y apretones de manos, por ejemplo)	¡Buenos días! Muchísimas gracias a todos aquellos que vinisteis a vernos. Nos alegramos mucho de reencontraros. Los que no pudisteis venir, sabéis que estamos siempre disponibles en las redes sociales o por teléfono [número de teléfono].
6/9/2012	2		13:00	Fidelizar / atención al cliente	Recordar los mejores momentos		Material fotográfico (más informal) del día de la feria	Los mejores momentos de la feria... :)
Viernes	1		9:00	Atención al cliente (el contacto sigue después del evento)	Tener en cuenta los comentarios de los clientes hacia nuestros productos y las propuestas de mejora de los mismos		Foto emotiva de agradecimiento	¡¡Fin de semana a la vuelta de la esquina y todavía nos queda por revisar muhcas de las peticiones y mejoras que nos habéis comunicado en la feria!! ¡GRACIAS A TODOS por hacernos mejorar! :)) Os iremos respondiendo en breve.
7/9/2012	2		13:00	Relax para el fin de semana	Despedida de la semana		Vídeo musical (según edad del target ajustar el tipo de música)	¡Hasta el lunes!

IMPLEMENTACIÓN

CARPINTERÍA FINA

Construye tu perfil

Y mima a tus seguidores en redes

*Define un **nombre de usuario**

*Haz una **descripción** lo más concreta posible de qué beneficios recibe el cliente

*Elige una **foto de perfil** y un fondo y pon el mismo en todas las redes sociales (ganarás coherencia).

*No te olvides de poner la página **web**, el correo electrónico, el teléfono…

*En el caso de IG, usa **Linktr.ee**

*Piensa en hacer **vídeos en directo**

***Usa **Twitter** para **atención al cliente** (responde bien, a todo y rápido)

***Programa** tus publicaciones (Hootsuite, Metricool, Creator Studio…)

MEDICIÓN

¿HE CONECTADO CON MIS CLIENTES?

¿Me quiere, no me quiere…?

Monitoriza y mide

Para mejorar cada día

QUÉ MEDIR (ver cómo reaccionan nuestros seguidores a nuestras propuestas de contenido):

*La evolución del número de seguidores

*Qué post han tenido más éxito para promocionarlos

*La evolución del alcance y de las impresiones

*La evolución de los “no me gusta”

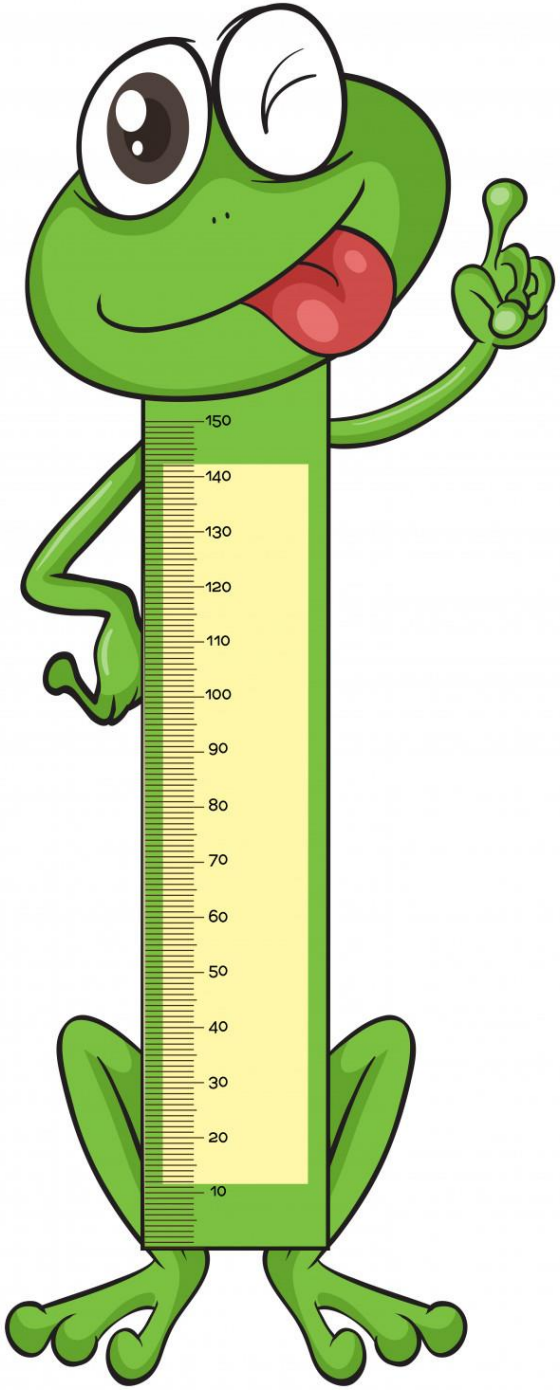
*La evolución de la competencia

PARA MONITORIZAR (escuchar lo que se dice de nosotros en internet):

*Seguir hashtags

*Usar las alertas de google

*Usar www.socialmention.com (te dice si los seguidores están o no contentos, entre otras cosas)



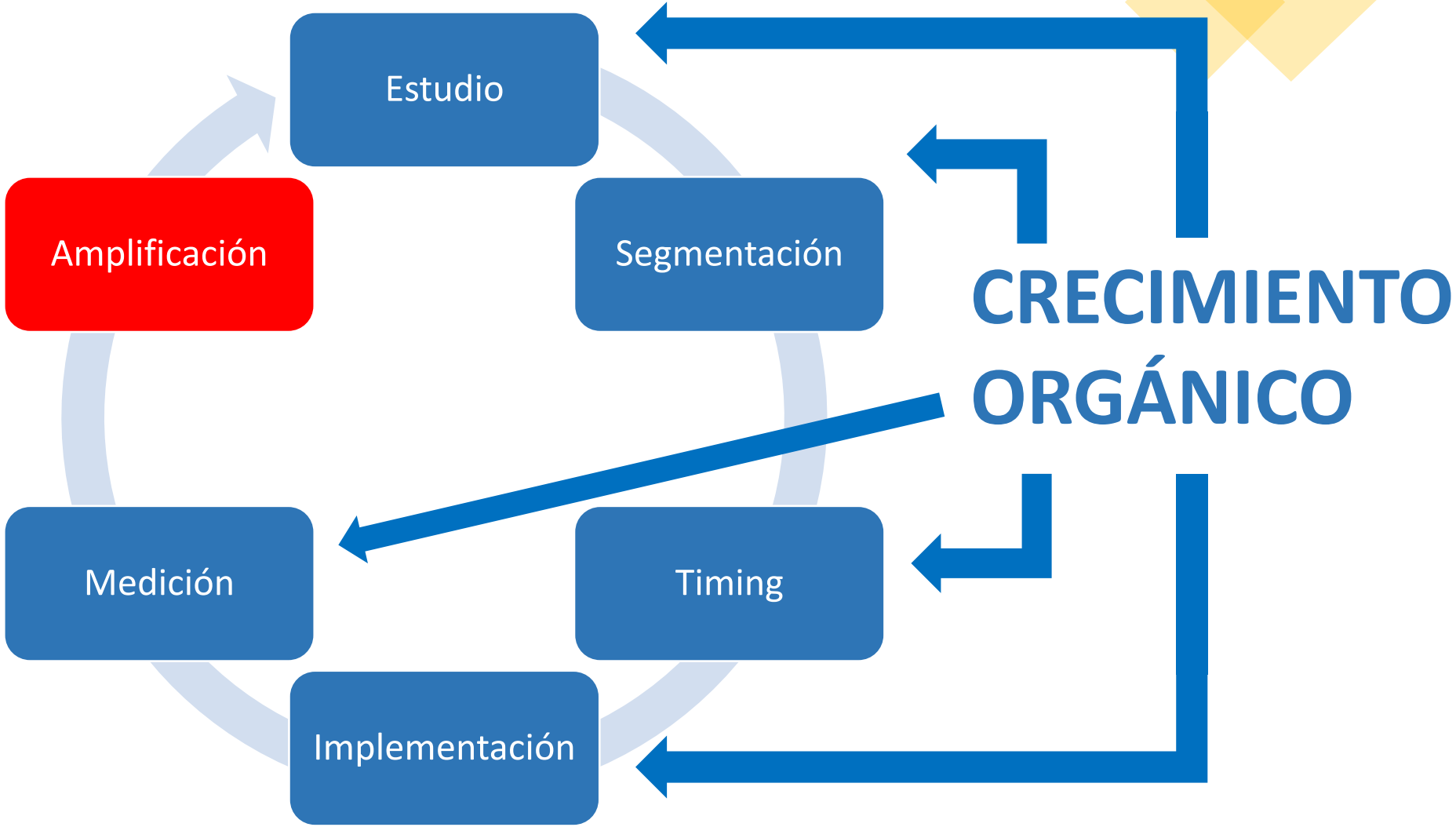
AMPLIFICACIÓN

¡EN BUSCA DEL CLIENTE PERDIDO!

Hasta ahora, has mimado a los que tienes y convencido a sus cercanos.

Ahora toca… crecer pagando

CRECIMIENTO DE PAGO



Toca pagar

Para que nos descubran

PROMOCIONAR PÁGINA EN FACEBOOK

*Usar el icono “promocionar” (el del megáfono)

*Segmentar y establecer presupuesto diario

*Una vez hecha la promoción, se pueden ir viendo los resultados

PROMOCIONAR PUBLICACIÓN EN FACEBOOK E INSTAGRAM

*Hay que elegir la mejor publicación y elegir el mejor momento

*El resultado de la promo te da el dato de las personas alcanzadas, los impactos y el coste por impacto

PROMOCIÓN EN TWITTER

*Tweets promocionados

*Cuentas promocionadas

*Tendencias promocionadas (crear un hashtag y convertirlo en tendencia. Puede costar por encima de los 10.000 euros y dura 24 horas)

Ley del Pareto 80/20

80% de tus resultados vienen del 20% de tu esfuerzo

Efecto Kaizen

Los pequeños pasos llegan a grandes resultados

Recursos

VIDEOLLAMADAS

https://www.bluejeans.com/

https://www.skype.com/es/

https://zoom.us/

https://meet.google.com/

https://hangouts.google.com/

https://www.webex.com/es/

https://meet.jit.si/

ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO Y TAREAS

Calendly: para programar tus citas con clientes y colaboradores

Evernote: para organizar la información personal

Google Keep: para organizar la información personal

Trello: permite hacer listas, asignar, comentar y poner fechas.

Asana: organizar tareas, grupos y fechas de entrega.

DaPulse: organizar el trabajo a distancia.

Toggl: organización del tiempo.

Pomodore timer: organización del tiempo.

Sesame: organización del tiempo.

ALMACENAMIENTO DE DATOS

Y COMPARTIR ARCHIVOS

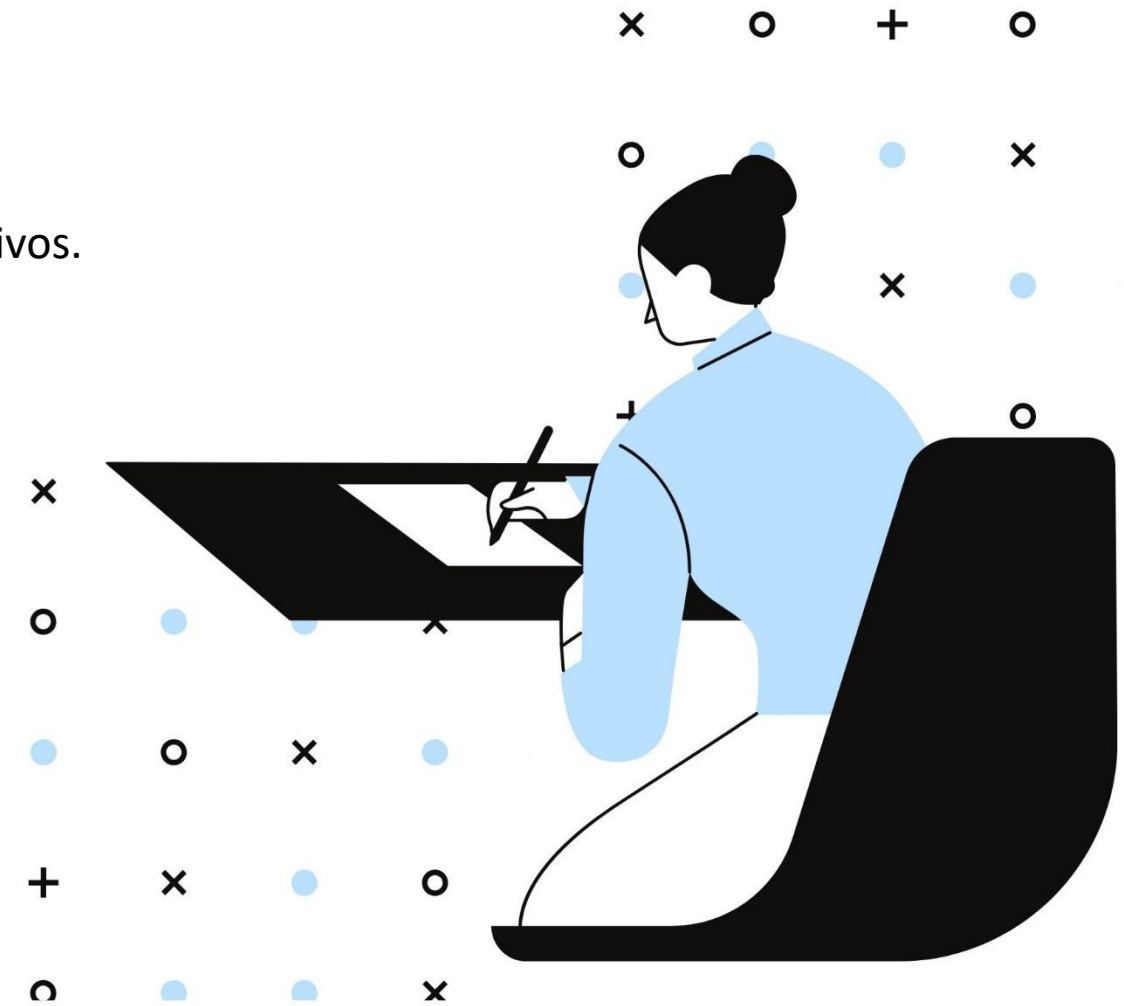
Amazon Cloud Drive: sistema de almacenamiento de archivos.

Dropbox: nube donde dejar y recoger documentos.

WeTransfer: que permite enviar gratuitamente archivos de hasta dos gigas.

Icloud: de Apple

Slack: una herramienta que permite abrir salas de trabajo con documentos compartidos únicamente con las personas pertinentes.



EDICIÓN DE FOTO Y VIDEO

Canva: editor de imagen para diseñar contenido web

Unfold: editor de stories de Instagram

Mojo: dinamiza textos e imágenes

Gimp: editor de imágenes gratuito y de código abierto

Quick: editor de video

Inshot: editor de vídeo

Movavi Studio: editor de video

Final cut: editor de video

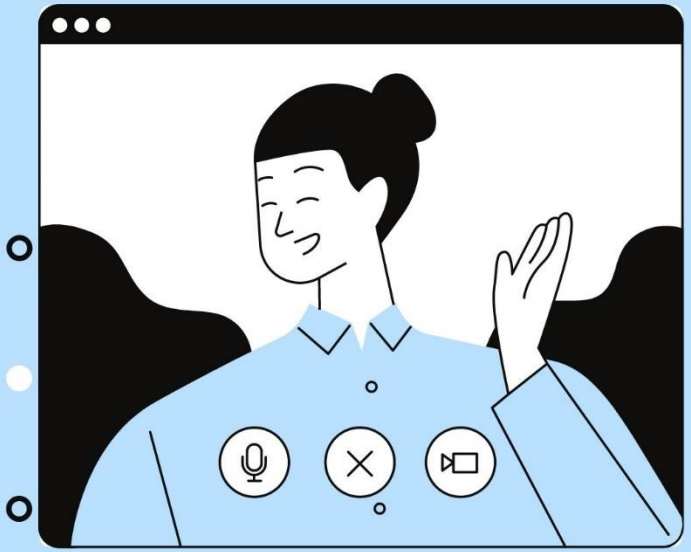
Camtasia Studio: editor de video

Filmora: Editor de foto y video

Logopit: app de edición de imágenes diseñar contenido web

Videoleap: para editar foto y vídeo

Subtitle Horse: para ponerle subtítulos a tus vídeos



DUDAS SOBRE EL LENGUAJE

https://www.fundeu.es/

Buscador urgente de dudas sobre la lengua. Está dirigido a periodistas, pero es de libre uso.

http://www.rae.es/

De las primeras fuentes a usar en caso de duda. Es la web de la Real Academia de la Lengua.

http://sinonimos.woxikon.es/

Un diccionario de sinónimos y antónimos muy completo, mi favorito hasta la fecha.

http://llevatilde.es

Página en la que se puede comprobar si una palabra lleva tilde o no la lleva.

http://todopensamientos.com/

Es una guía online de gramática, es descargable.

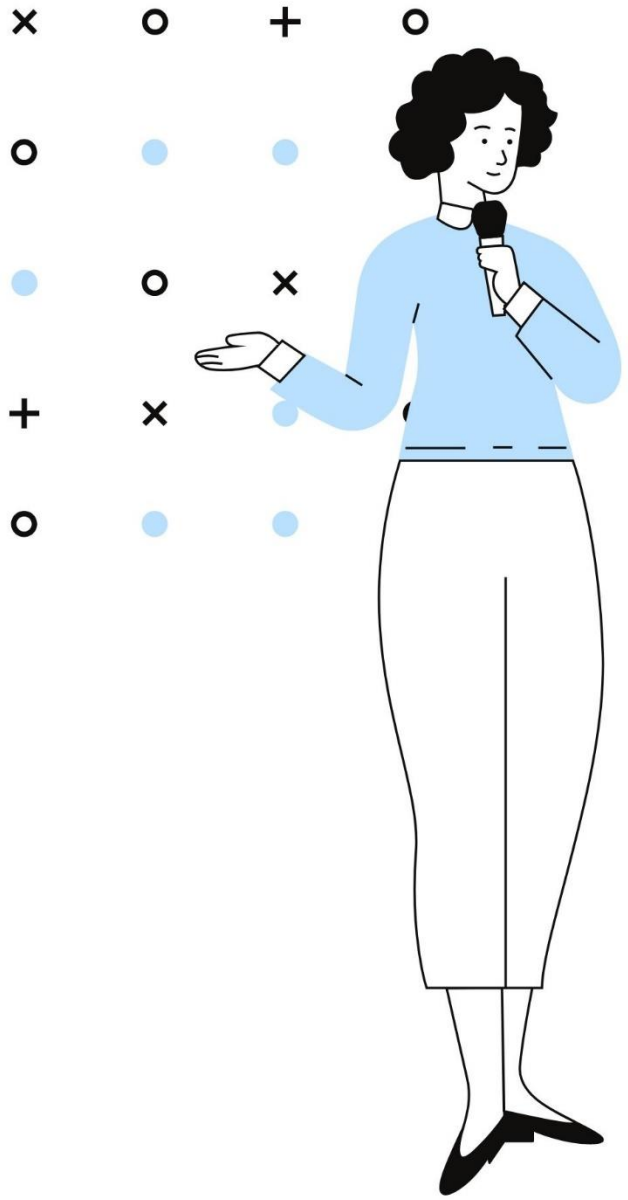
http://www.aulafacil.com/cursos/t586/autoayuda/ortografia/ortografia-espanola

Curso gratuito de ortografía española.

http://www.bne.es/es/Catalogos/HemerotecaDigital/

Hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional de España.

Una fuente impagable de recursos.



MÚSICA SIN DERECHOS

https://licensing.jamendo.com/es/catalogo

https://www.musicmediatracks.com

https://www.youtube.com/audiolibrary/music

https://www.jamendo.com/?language=es

http://freemusicarchive.org/

https://musopen.org/

http://dig.ccmixter.org/

https://soundcloud.com/

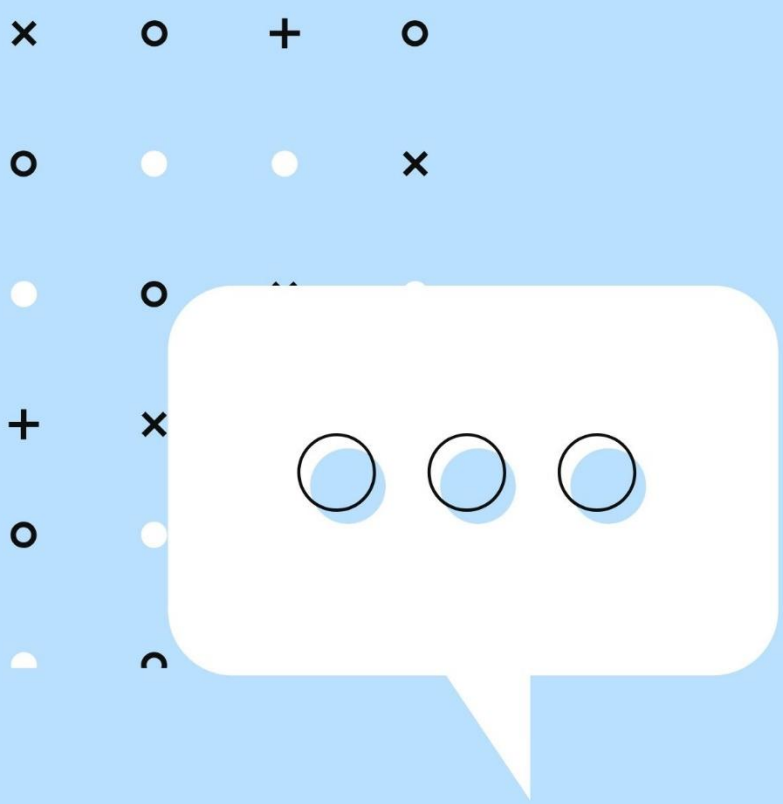
http://audionautix.com/

TEXTOS BONITOS

Emojiterra

Notegraphy

https://internetpasoapaso.com/emojis/



PLATAFORMAS PARA OFRECER (y captar) SERVICIOS PROFESIONALES

https://suite.coobis.com/

http://lp.fiverr.com

https://www.geniuzz.com

http://ww1.5mania.com/

https://www.freelancer.es/

https://www.upwork.com

https://www.elance.com/

https://www.twago.es

http://elance-odesk.com

¡Muchas gracias!

noemimartinez@periodistasdearagon.org
www.noemimartinezperez.com

BONUS

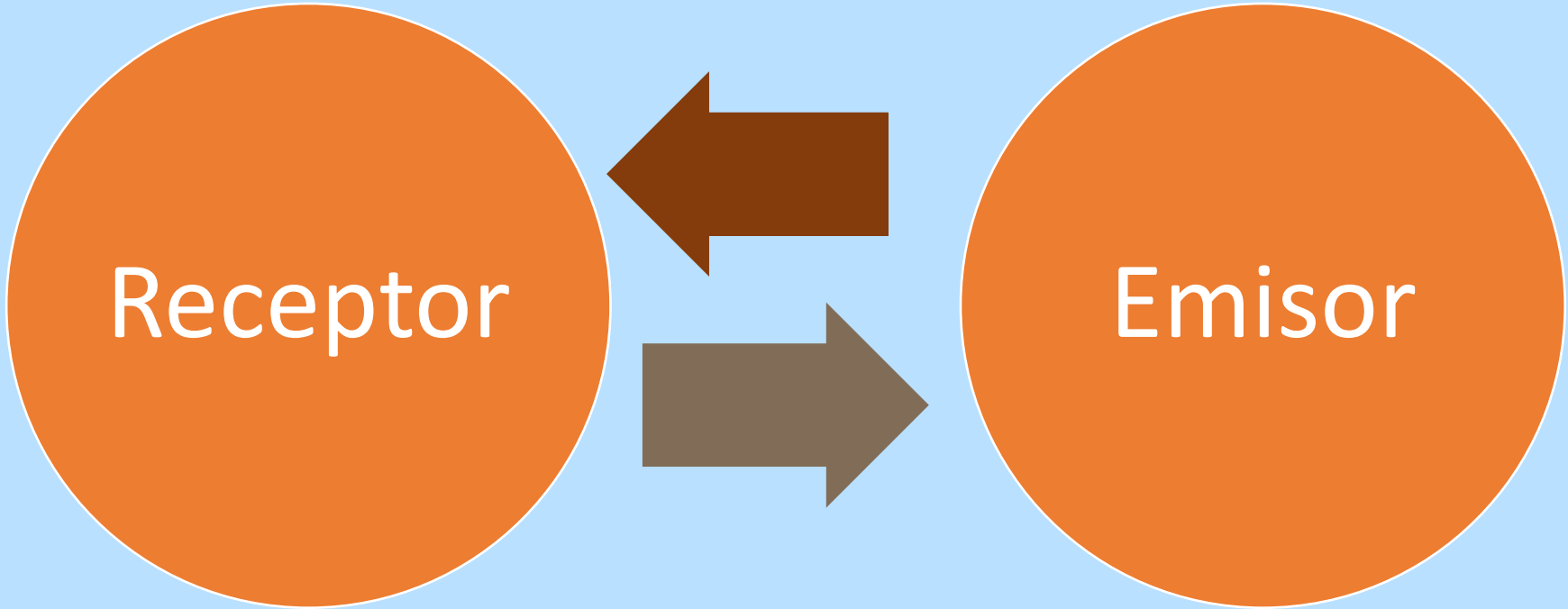
Para que le podáis echar un vistazo en casa:
sinergias redes / periodismo

De los medios a la empresa

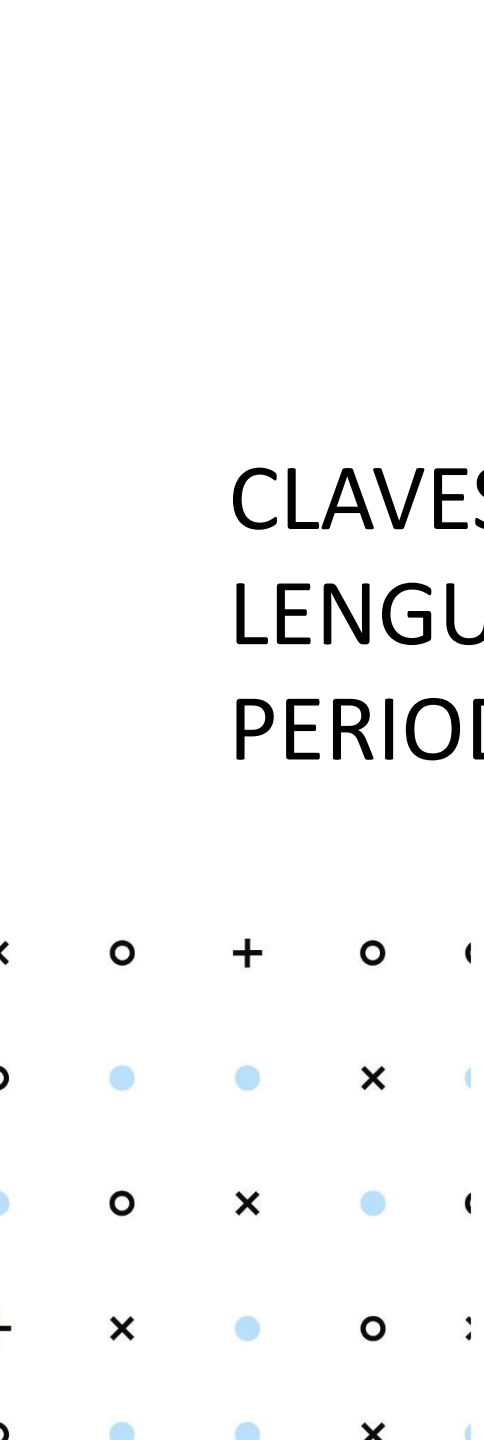
La Comunicación Social abarca ámbitos del conocimiento como la semiótica, la psicología, la ciencia política, la sociolingüística, la antropología, la informática, la sociología…

Modelos EMIREC

Jean Cloutier: **EMI**SOR y **REC**EPTOR en uno



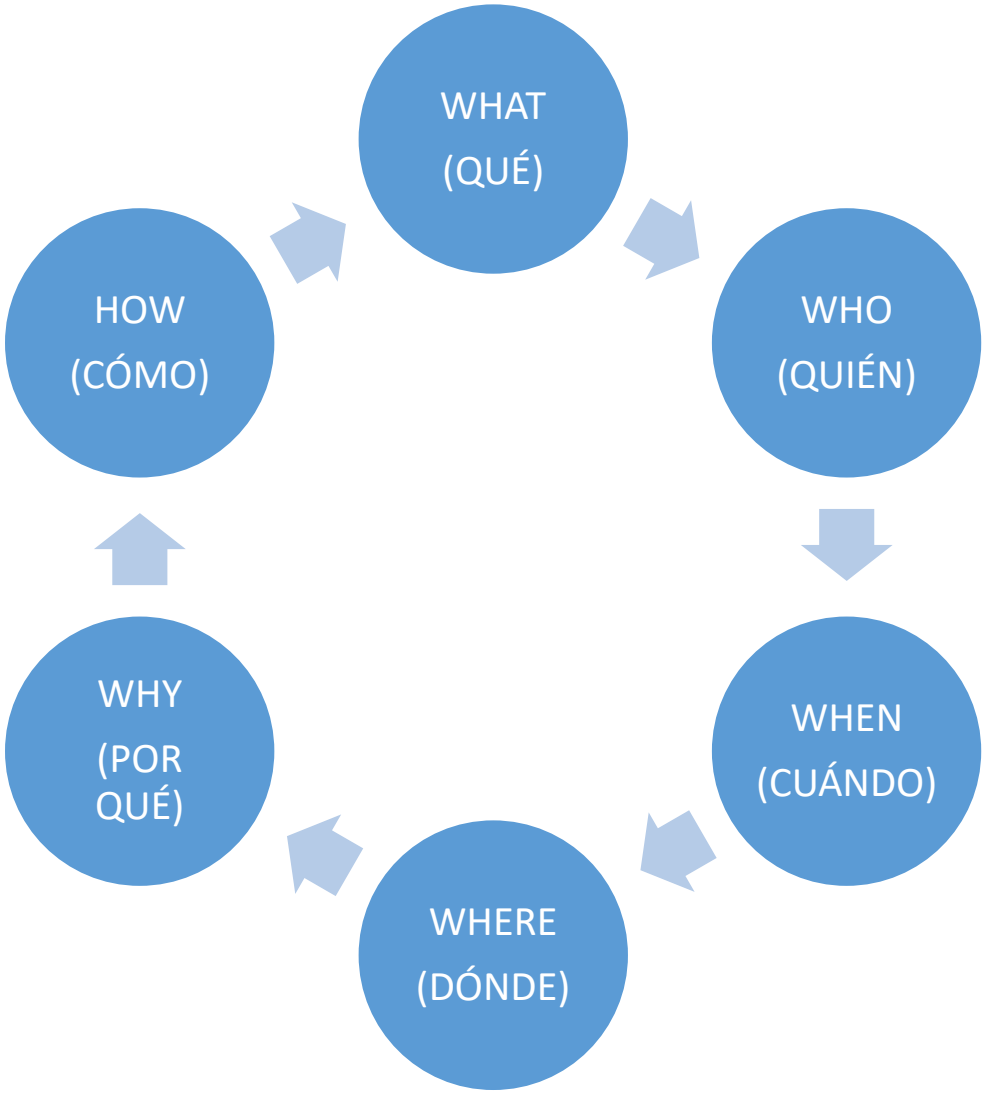
CLAVES DEL LENGUAJE PERIODÍSTICO



- Claridad
- Eficacia
- Economía

LAS 6 “W”

Deben ser respondidas en el primer párrafo de la información, y desarrolladas a lo largo del cuerpo del texto.



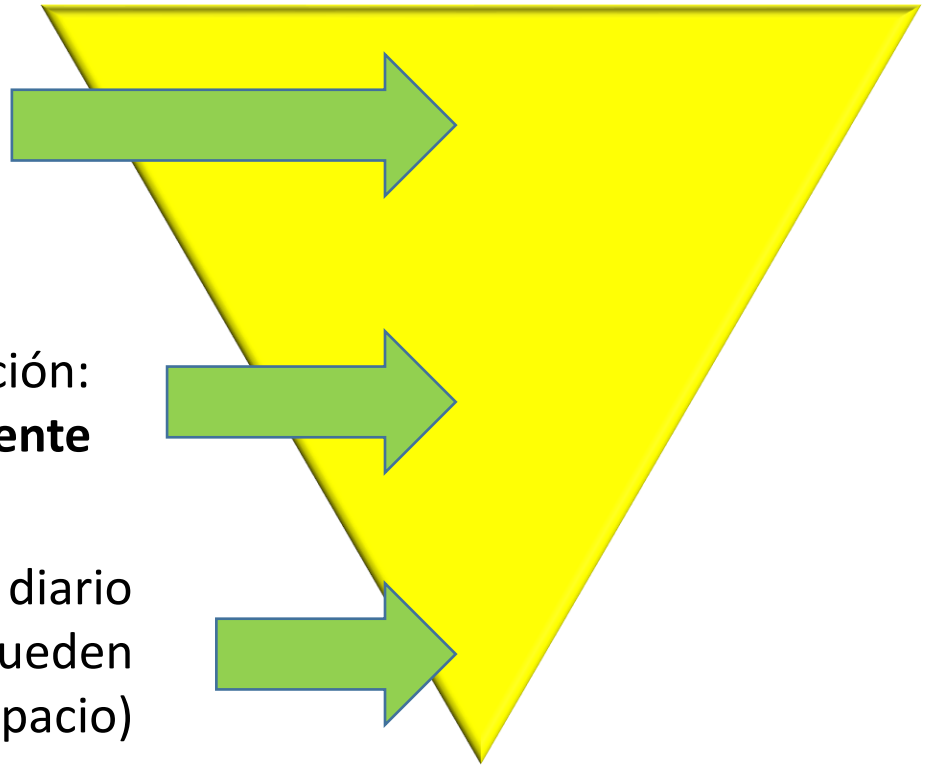
LA LÓGICA DE LA

PIRÁMIDE INVERTIDA

El **clímax** de la información se sitúa **comienzo** del texto.

Resto de la información: **importancia decreciente**

Facilita el montaje de un diario (los últimos párrafos se pueden eliminar si hay falta de espacio)



Facilita la lectura

El **titular** de la noticia se formará por las palabras clave de la información.

Writing for mobile: Bite-Size Basics

NORMAS DE ESTILO DE LA CADENA BBC

*Redacción sucinta: no enrollarse e ir al grano

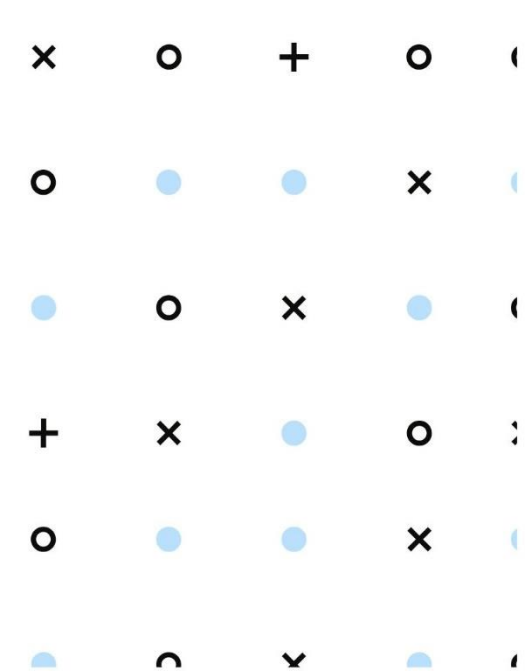
*Captación de la atención del lector en poco tiempo

*Titulares cortos, no más de 55 caracteres y con palabras clave al inicio del titular

*La primera frase es la más importante para enganchar al lector, huir de introducciones innecesarias

*Reglas de los 4 primeros párrafos: la historia debe estar desarrollada en los 4 primeros párrafos, por si el lector abandona antes la lectura

*Párrafos de 4 líneas como máximo



SILVIA COBO
Head of Social Media en El Periódico de Cataluña

MARIO VIDAL
Head of Innovation en El Español

Periodismo (y posts) pensado en pequeño

*80% del tráfico es móvil.

¿QUÉ REQUIERE LA LECTURA MÓVIL?

*Elementos que favorezcan el **escaneo visual** del texto: negritas, los ladillos o frases que separan el texto por bloques temáticos, las imágenes o los gráficos.

***Titulares cortos**.

***Fotografía de primeros planos** (un grupo de personas se ven perfectas en una pantalla de ordenador, pero en la pantalla de un móvil parecerán hormiguitas).

*El diario El Español usa la proporción **16:9** y les funciona.