



E-LEARNING

Nivel 3



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

WA7: HABILIDADES TIC

3.18 Uso de las redes sociales para promover la organización y sus actividades

RA3.56: Demostrar capacidad de utilizar las redes sociales para promocionar la organización y sus actividades.

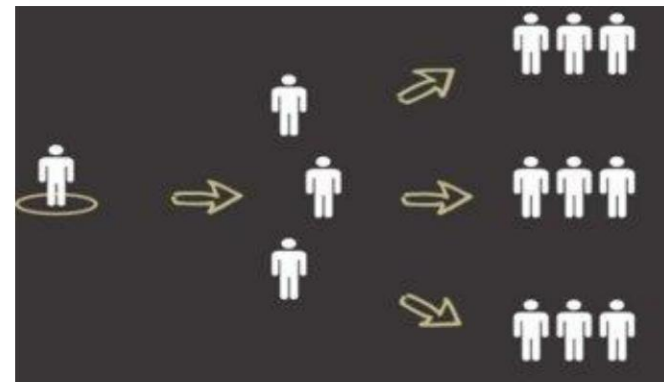


Mapa de ruta

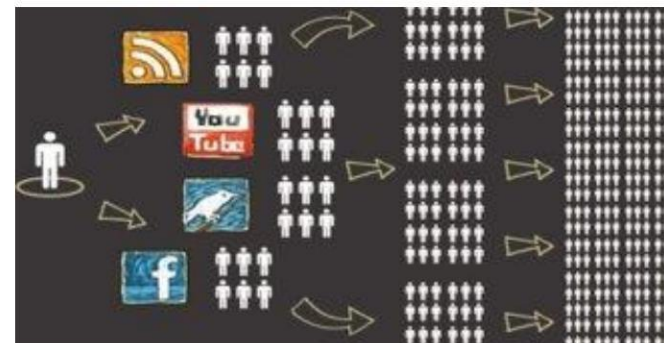


¿Qué es una red social y cómo funciona?

Antes de las redes sociales...



Después de las redes sociales



Redes Sociales Básicas

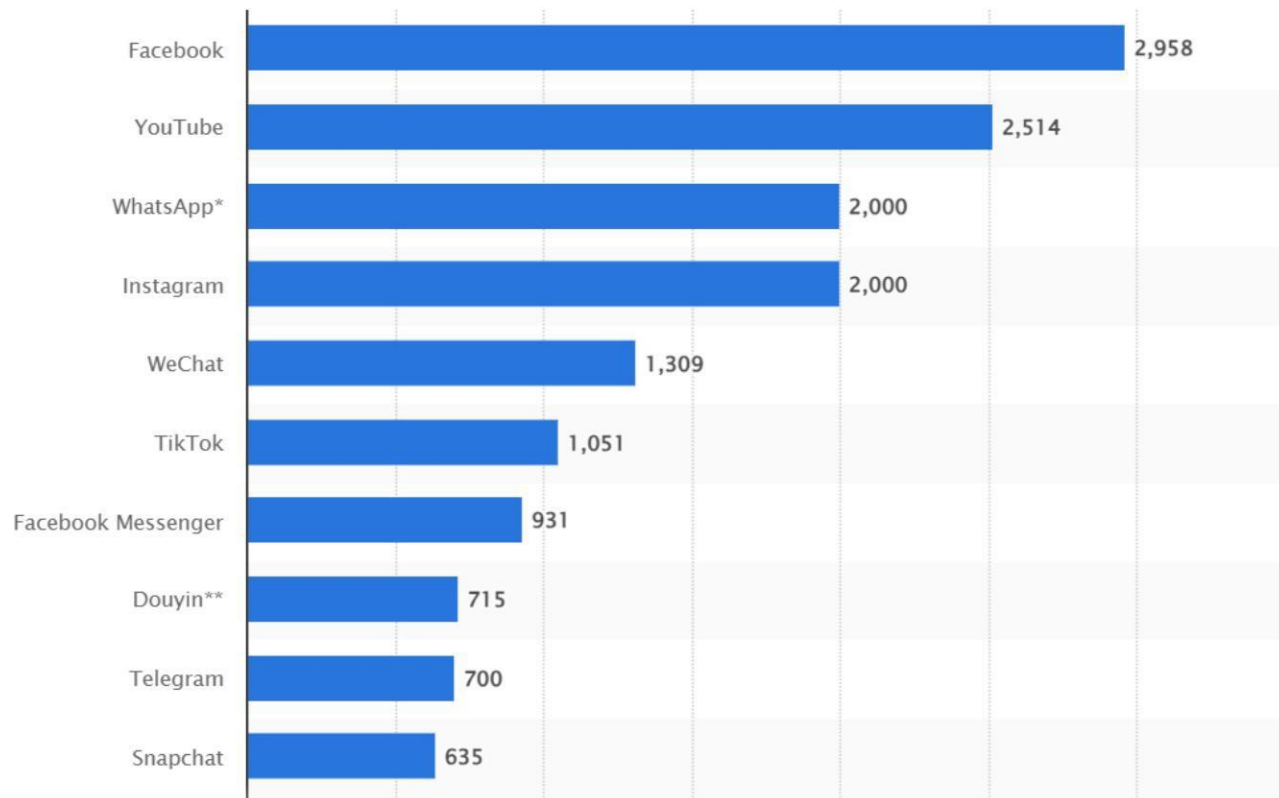
- Facebook
- YouTube
- Instagram
- Twitter
- Pinterest
- Vimeo
- Reddit
- TikTok
- LinkedIn
- Snapcha

t



Redes Sociales Básicas

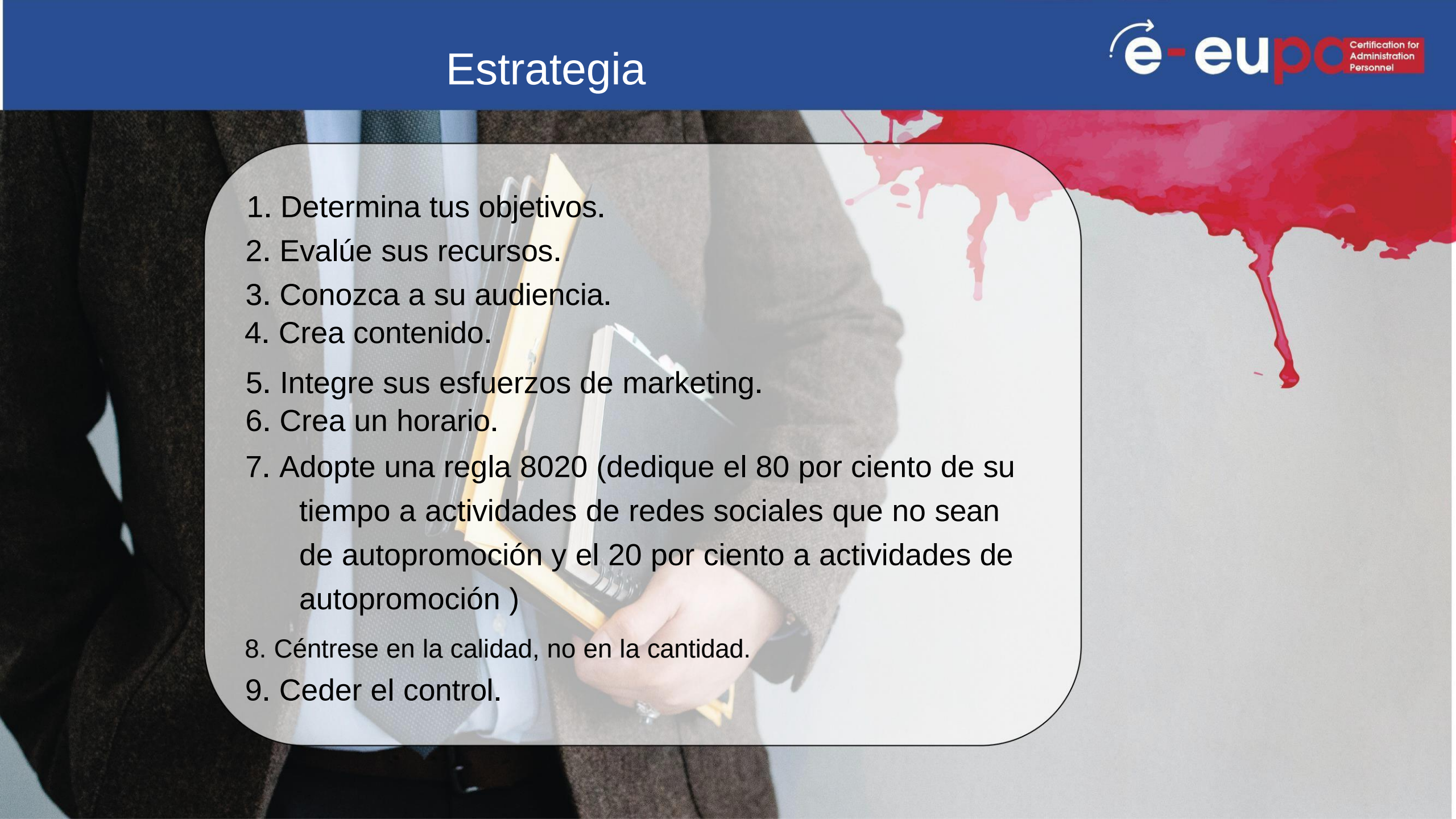
Las 10 redes sociales más populares a nivel mundial clasificadas por número de usuarios activos mensuales (en miles de millones)



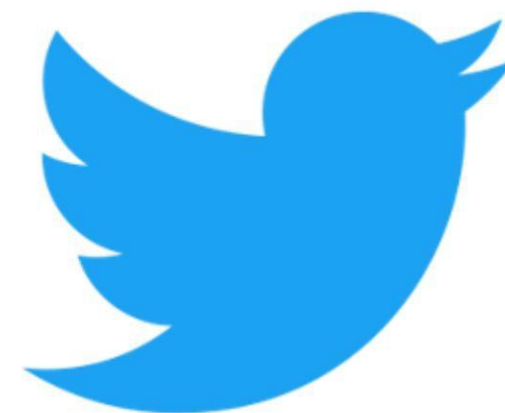
Fuente: Statista; información actualizada a enero de 2023

El marketing en redes sociales es el uso de plataformas de redes sociales y sitios web para promocionar un producto o servicio.

- La mayoría de estas plataformas de redes sociales tienen sus propias herramientas de análisis de datos integradas, que permiten a las empresas realizar un seguimiento del progreso, el éxito y la participación de las campañas publicitarias.
- Las empresas se dirigen a una variedad de partes interesadas a través del marketing en redes sociales.
- Para utilizar las redes sociales de manera efectiva, las empresas deben aprender a permitir que los clientes y usuarios de Internet publiquen contenido generado por los usuarios.

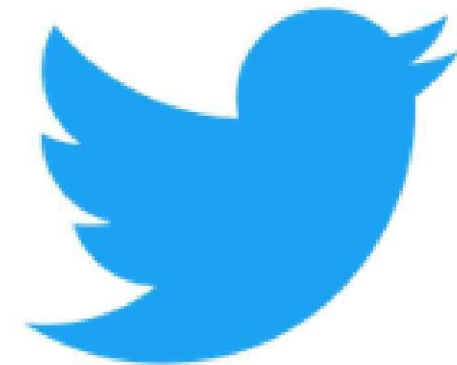
- 
1. Determina tus objetivos.
 2. Evalúe sus recursos.
 3. Conozca a su audiencia.
 4. Crea contenido.
 5. Integre sus esfuerzos de marketing.
 6. Crea un horario.
 7. Adopte una regla 8020 (dedique el 80 por ciento de su tiempo a actividades de redes sociales que no sean de autopromoción y el 20 por ciento a actividades de autopromoción)
 8. Céntrese en la calidad, no en la cantidad.
 9. Ceder el control.

- Twitter permite a las empresas promocionar sus productos en mensajes cortos conocidos como tweets limitados a 140 caracteres que aparecen en las líneas de tiempo de inicio de los seguidores.
- Los tweets pueden contener texto, hashtag, foto, video, GIF animado, emoji o enlaces al sitio web del producto y otros perfiles de redes sociales, etc.
- Las empresas también utilizan Twitter para brindar servicio al cliente.



Twitter: cómo usarlo

- Tenga contenido que sea lo suficientemente atractivo como para que la gente se detenga y haga clic en él.
- Cuando crees tus tweets, asegúrate de que la gente quiera hacer clic en ellos.
- Intente utilizar citas, estadísticas o preguntas relacionadas con el enlace que está tuiteando para que las personas quieran leerlo.
- Incorporar fotografías, encuestas, gifs o incluso vídeos cortos.
- La gente te sigue porque les gusta lo que tienes que decir, pero a menudo también para entablar una conversación.
- Hacer y responder preguntas, responder a menciones y mensajes directos. Twitter es tan útil para generar tráfico como para brindar servicio al cliente.



Facebook

- Las páginas de Facebook son más detalladas.
- Permiten que un producto proporcione videos, fotos y descripciones más largas, además de reseñas, mientras otros seguidores pueden comentar en las páginas del producto.
- Facebook puede vincularse a la página de Twitter del producto y enviar recordatorios de eventos.
- A partir de enero de 2022, el 90% de los especialistas en marketing de empresas utilizan Facebook para promocionar su marca (Fuente: Statista)



Facebook: cómo usarlo

- Empiece por construir su base de fans.
- Publicite su página y publique un enlace a ella en cualquier lugar donde pueda.
- Utilice actualizaciones de estado o fotografías para compartir sus productos, ofertas, servicios.
- Publica cosas que hagan que tu audiencia interactúe con tus publicaciones. Cosas en las que harán clic, darán “me gusta”, comentarán y compartirán.
- Tenga en cuenta que muchos utilizan Facebook como red personal para conectarse con sus amigos.
- Su marca necesita encajar naturalmente en esta atmósfera para mantener a la gente interesada en lo que publica. Así que no se centre únicamente en vender.



- Sitio de networking profesional, permite a las empresas crear perfiles profesionales para sí mismos y para sus negocios para establecer contactos y conocer a otras personas.
- Los miembros pueden promocionar sus diversas actividades de redes sociales, como Twitter o entradas de blog de sus páginas de productos, en su página de perfil de LinkedIn.



LinkedIn: cómo usarlo

- Diseñado específicamente para empresas y profesionales.
- Los usuarios acuden principalmente a LinkedIn para mostrar su experiencia laboral y sus pensamientos profesionales.



- ¿Su empresa tiene páginas en las redes sociales?
¿Cuáles?
- ¿Son eficaces y por qué/por qué no?



Crear la página de Facebook de Steve's
food

E-EUPA_LO_83_M_001

Puntos clave del módulo

Punto clave 1

Las redes sociales son una poderosa herramienta de marketing

Punto clave 2

La estrategia es importante

Punto clave 3

Cada plataforma tiene diferentes funciones y debemos elegir según el público objetivo y otros aspectos.

¡BIEN HECHO!



Has completado la Unidad 3.18



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

