



Confederación Argentina de la Mediana Empresa



Cómo utilizo mis redes sociales para vender mejor - Estrategias -

Curso	Docente	Versión	Revisó y Aprobó	Fecha
Cómo utilizo mis redes sociales para vender mejor	Lic. Román	V02	Ricardo Freilij	11-4-2022

> NEGOCIOS EN REDES SOCIALES



Tener en claro el inicio

Por qué hago esto?
Cómo voy a hacerlo?



Tener en claro el inicio

Por qué hago esto?

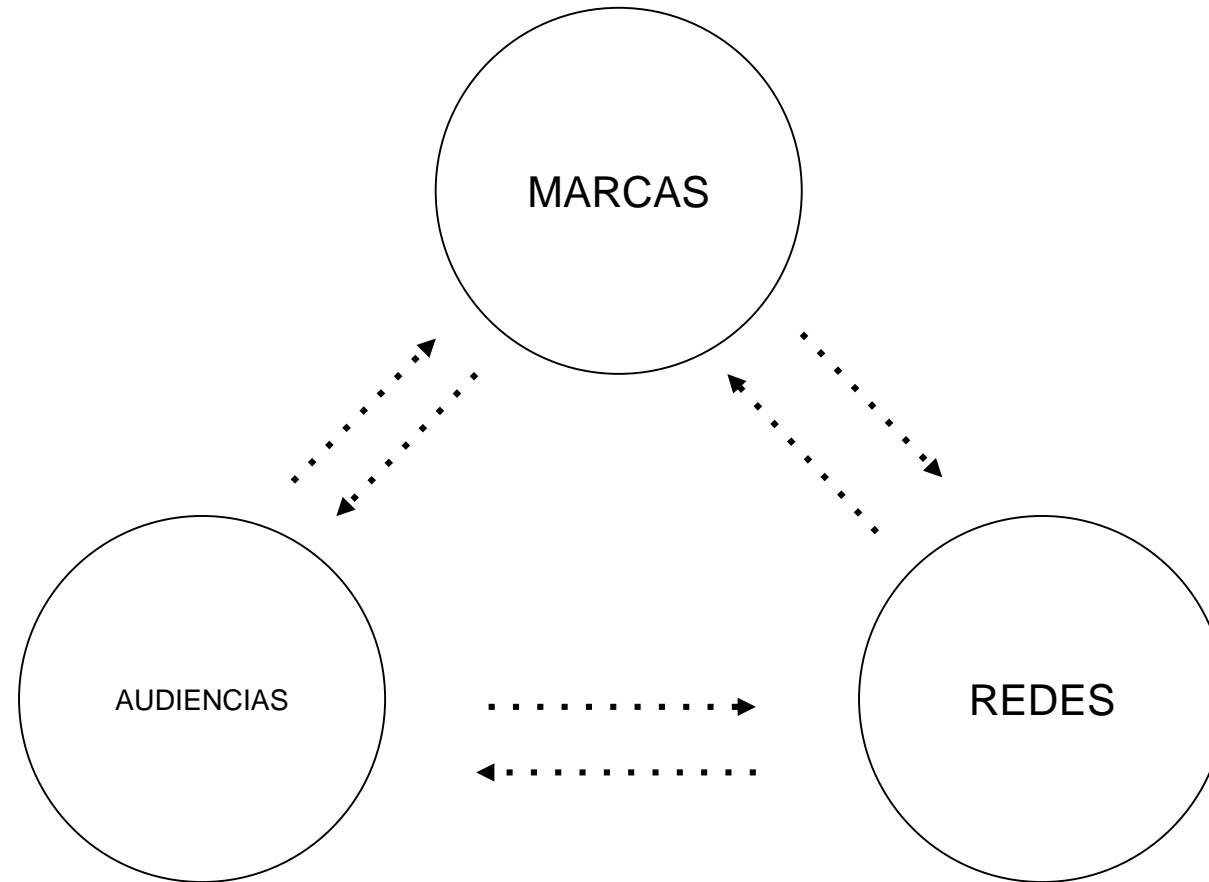
>>> Quiero vender más

La manera en la que mi marca vende modifica cuánto y hasta donde las redes sociales pueden afectar el proceso. No es igual para todas las ventas.

> NEGOCIOS EN REDES SOCIALES



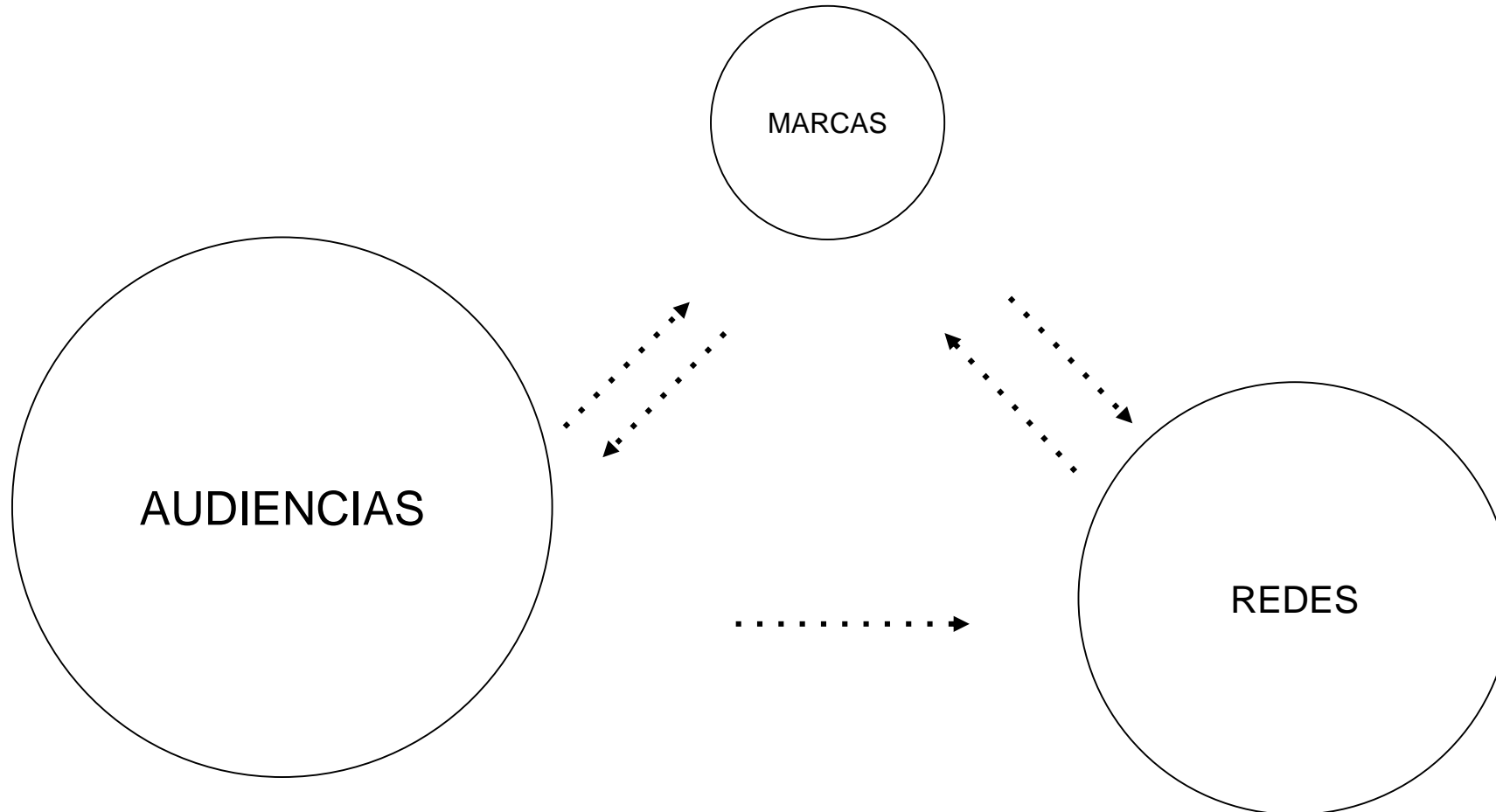
Nuestro contexto



> NEGOCIOS EN REDES SOCIALES



Nuestro contexto



> NEGOCIOS EN REDES SOCIALES



Gestión y trabajo en redes

La gestión en redes sociales es la gestión del vínculo entre personas y nuestras marcas.

Una red social, una página de Facebook, un perfil de Instagram, constituyen comunidades que permiten generar oportunidades de negocios si son gestionadas correctamente.





Comunidad

“Una comunidad es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, o de animales (o de cualquier otro tipo de vida) que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles. Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o meta de un objetivo en común, como puede ser el bien común; si bien esto no es algo necesario, basta una identidad común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.”

> NEGOCIOS EN REDES SOCIALES



Management

“Es la disciplina encargada de la planificación, organización, dirección y control con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines perseguidos.”

Funciones básicas:

- Planificación
- Organización
- Dirección
- Coordinación
- Control (gestión)



Qué gestionamos?

Diálogos, conversaciones, vínculos entre marcas y sus audiencias.

Gestionamos la relación entre nuestra marca y las personas en las redes.

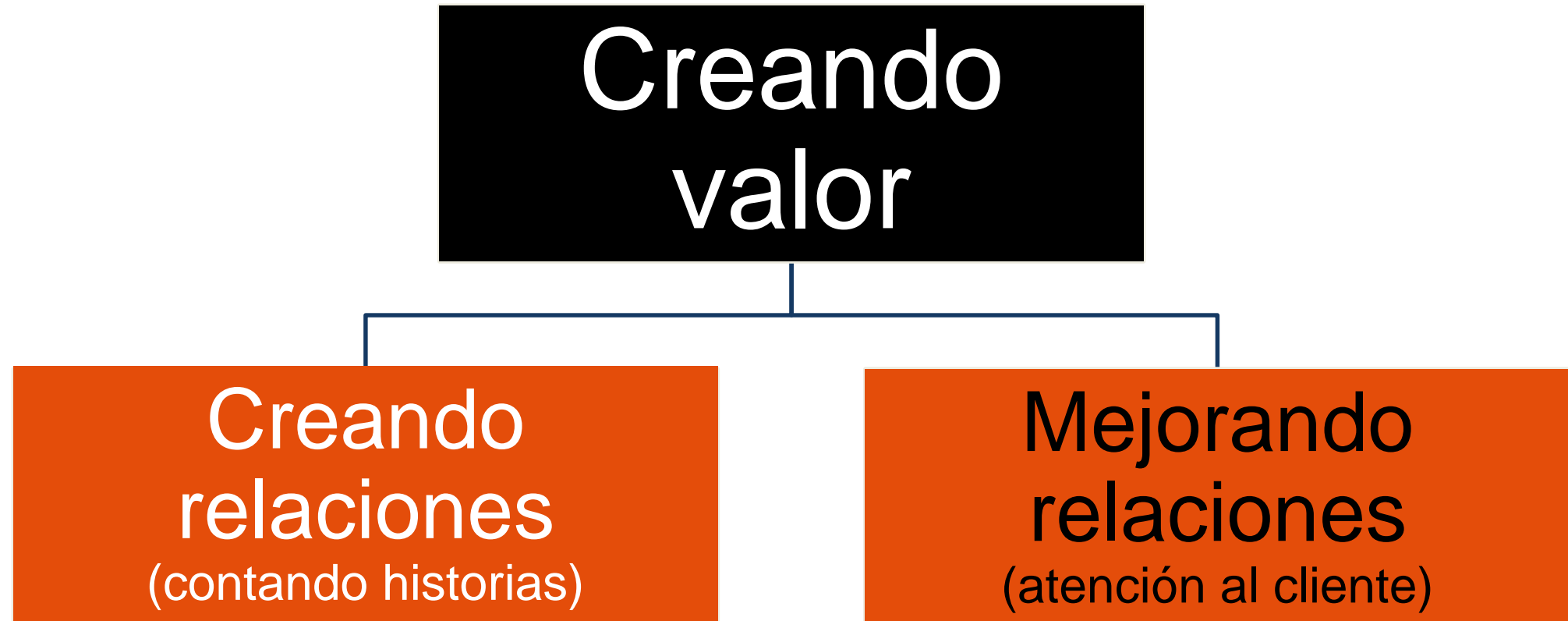


Qué buscan los públicos?

Los consumidores están vinculándose con sus amigos, familiares y contactos. **Buscan vincularse, estar presentes, compartir, recomendar y ser recomendados.**



Cómo iniciar?





¿Qué valora cada actor?

MARCAS

- Tráfico
- Branding
- Leads o ventas
- Retener o atender al cliente actual
- Etc.

USUARIOS

- Informarse
- Entretenerse
- Estar en contacto
- Generar ideas nuevas
- Ego
- Etc.

> COMMUNITY MANAGEMENT



Proceso

1. Pensar en cómo generaremos valor.
2. Definir el ecosistema donde trabajaremos.
3. Generar un mapa de contenidos
4. Establecer frecuencia de publicación contenidos.
5. Establecer indicadores claves.



Premisas

- Cortos, simples, directos.
- Pedir lo que queremos lograr de manera explícita.
- Llamativos, variados, relevantes (no genéricos).
- Toda estrategia de contenidos debe priorizar al usuario.
- Incluir *Call to Actions* para que los usuarios quieran participar.
- Siempre tener un oído puesto en lo que hacen nuestros competidores.
- Experimentar: Probar, probar, probar y probar.
- Crear contenido único o personalizado para cada red social.

> NEGOCIOS EN REDES SOCIALES



Premisas

Soltar el poder sobre el mensaje

Volvemos consumer centric

Asumir que el valor recibido es resultado del valor brindado

Conocer cada día más a tu target

* PREGUNTAS?

Espacio de preguntas

En nombre de CAME, **Muchas Gracias!**

Lic. Román Pellegrino



Más información sobre cursos a distancia en:

www.came-educativa.com.ar



Más información sobre cursos a distancia en:

www.came-educativa.com.ar