



Estrategias de Social Media Optimization

JORGE NELSON FAJARDO

Clue Train Manifesto

- ▶ <http://tremendo.com/cluetrain/>
- ▶ 1 - Los mercados son conversaciones
- ▶ 40 - Las compañías que no pertenecen a una comunidad de diálogo, morirán

El rol del Community Manager

- ▶ El Community Manager es el profesional responsable de crear, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet creando y manteniendo relaciones estables con los clientes, los fans, los seguidores y cualquier otro usuario que tenga interés en la marca.

Definición (David Coghlan)

- ▶ Es el arte de la gestión eficiente de la comunicación de otros online en las diferentes herramientas idóneas para el tipo de conversación que creamos conveniente con nuestros potenciales clientes (ya sea un blog, una comunidad a medida, una cuenta en Twitter, una Página de Fans en Facebook...). Es el rostro de la marca.

Definición (Connie Bensen)

- ▶ El Community Manager es la voz de la empresa puertas afuera, y la voz del cliente puertas adentro

Definición (según AERCO)

- ▶ Es aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y actuar en consecuencia para conseguirlos.

El CM (Stephanie Falla Aroche)

- ▶ La figura del Community Manager es importante en la medida que la comunicación entre empresas y clientes se hace más compleja a través de Internet. Recuerdan cuando antes sólo se necesitaba de un correo electrónico y tener una página web, aún era una cuestión de lujo, en la actualidad se hace necesaria la presencia en Internet a través de sus múltiples servicios sociales y realizar una administración adecuada de los mismos es crucial.

Responsabilidades del CM



Responsabilidades del CM

- ▶ Crear y administrar páginas
- ▶ Comunicar
- ▶ Monitorear
- ▶ Generar reportes
- ▶ Interactuar y Moderar

Responsabilidades del CM

- ▶ Crear y administrar páginas
 - ▶ El CM debe Crear las páginas en las plataformas de social media seleccionadas en la estrategia y optimizarlas de acuerdo con la imagen de marca
 - ▶ Crear, buscar y “curar” contenidos de valor para la comunidad que esté de acuerdo con la línea “editorial” planteada en la estrategia

Responsabilidades del CM

- ▶ Comunicar

- ▶ Analizar todos los canales y todas las formas posibles para promover la comunicación entre la marca y las potenciales personas que formarán parte de la comunidad.

¿Dónde está la comunidad?

- ▶ En el sitio web
- ▶ En Facebook
- ▶ En Twitter
- ▶ En YouTube
- ▶ En Instagram
- ▶ En LinkedIn
- ▶ y en muchos lugares más como blogs, foros, grupos...

Responsabilidades del CM

- ▶ Monitorear

- ▶ Seguir atentamente las conversaciones sobre la marca. Analizar también todo lo que se habla en redes sociales sobre temas de interés de la comunidad, recorriendo blogs, participando de foros y de todo espacio en donde encuentre contenidos relevantes.

Responsabilidades del CM

- ▶ Generar reportes
 - ▶ Analizar los resultados cuantitativos de las campañas para luego comunicarlos internamente para optimizar las estrategias de comunicación, marketing y publicidad de la compañía.

Responsabilidades del CM

- ▶ Interactuar y Moderar
 - ▶ El CM debe moderar la actividad y conversaciones en la plataforma, creando un espacio de participación y colaboración

¿Cómo se construye la comunidad?

- ▶ Conociendo la marca
- ▶ Definiendo objetivos claros
- ▶ Comprendiendo a la audiencia
- ▶ Escuchando a los clientes
- ▶ Agregando valor a las conversaciones
- ▶ Creando estrategias específicas para cada red e integrándolas en un objetivo común

¿Qué hace a un buen CM?

- ▶ Generar excelentes contenidos para la audiencia, que cumplan con las expectativas y en lo posible que se viralicen
- ▶ Ser consistente y correcto en la moderación
- ▶ Escuchar a todas las voces, aún a las críticas

¿Qué hace a un buen CM?

- ▶ Estar siempre atentos a las alertas
- ▶ Chequear permanentemente los perfiles
- ▶ Actuar rápidamente ante situaciones inesperadas
- ▶ Tener la habilidad de fidelizar a la comunidad con la marca y de generar recordación de la misma

¿Qué necesita un CM de la compañía?

- ▶ Tener en claro los objetivos y las necesidades de la compañía
- ▶ Contenido editorial valioso
- ▶ Apoyo interno de la empresa en todos los niveles

¿Qué hacer ante situaciones problemáticas?

- ▶ ¿Cómo se tratan las quejas?
 - ▶ Ver si la consulta/queja cumple las políticas de la empresa en Social Media
 - ▶ Si la situación se puede resolver, ¡resolverla! Y comunicarlo adecuadamente
 - ▶ Evaluar la posibilidad de un contacto por DM
 - ▶ Si es reiterativo y agresivo evaluar la posibilidad de bloquearlo

¿Qué habilidades debe tener un CM?

- ▶ Experiencia en manejo de redes sociales
- ▶ Conocimientos de comunicación, marketing y comunicación corporativa
- ▶ Conocimiento tecnológico
- ▶ Una buena redacción y ser claro en los mensajes
- ▶ Capacidad de investigación
- ▶ Capacidad de análisis

¿Qué cosas son “sociales”?

- ▶ Descuentos
- ▶ Humor
- ▶ Viajes
- ▶ Comida
- ▶ Niños
- ▶ Animalitos
- ▶ Beneficencia
- ▶ Ecología
- ▶ Historias de superación

**JAN
2018**

SOCIAL MEDIA USE

BASED ON THE MONTHLY ACTIVE USERS REPORTED BY THE MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORM IN EACH COUNTRY

TOTAL NUMBER
OF ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

3.196
BILLION

ACTIVE SOCIAL USERS
AS A PERCENTAGE OF
THE TOTAL POPULATION



42%

TOTAL NUMBER
OF SOCIAL USERS
ACCESSING VIA MOBILE



we
are
social

2.958
BILLION

ACTIVE MOBILE SOCIAL
USERS AS A PERCENTAGE
OF THE TOTAL POPULATION



39%

JAN
2018

SOCIAL MEDIA PENETRATION BY REGION

TOTAL ACTIVE ACCOUNTS ON THE MOST ACTIVE SOCIAL NETWORK IN EACH COUNTRY, COMPARED TO POPULATION



JAN
2018

DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2018

KEY STATISTICAL INDICATORS FOR THE WORLD'S INTERNET, MOBILE, AND SOCIAL MEDIA USERS

TOTAL
POPULATION



we
are
social

7.593
BILLION

URBANISATION:
55%

INTERNET
USERS



4.021
BILLION

PENETRATION:
53%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

3.196
BILLION

PENETRATION:
42%

UNIQUE
MOBILE USERS



5.135
BILLION

PENETRATION:
68%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



2.958
BILLION

PENETRATION:
39%



HOOTSUITE'S PERSPECTIVE: SOCIAL MEDIA THEMES



Facebook: Global connectivity. Social marketing platform. Mobile video is Facebook's biggest bet in 2018. But they'll also boost brand discovery via the new Explore tab; use AI to encourage more people to join the 100 million people using Groups; and accelerate organic and paid Messenger interactions.



YouTube: Mobile streaming and social TV platform. YouTube will expand their mass-market reach with original social TV programming from YouTube Red, live broadcasting, and YouTube TV. Mobile remains key, but YouTube also saw a 70 percent YOY increase in living room viewing.



Instagram: Peer-to-peer sharing. Growing engaged communities. With the explosive popularity of Instagram stories (up to 250 million daily users) and enhanced live video features, Instagram's focus will remain on organic engagement. In 2018, we'll see mobile video engagement continue to rise and extended advertiser options, including ads in Stories.



Snapchat: Mobile storytelling and brand discovery platform. Snapchat will look to differentiate as a platform, focusing on their ability to reach younger demographics at scale. Explore their self-serve ad tools, as well as searchable Stories, location-based Context Cards, and Snap Maps.



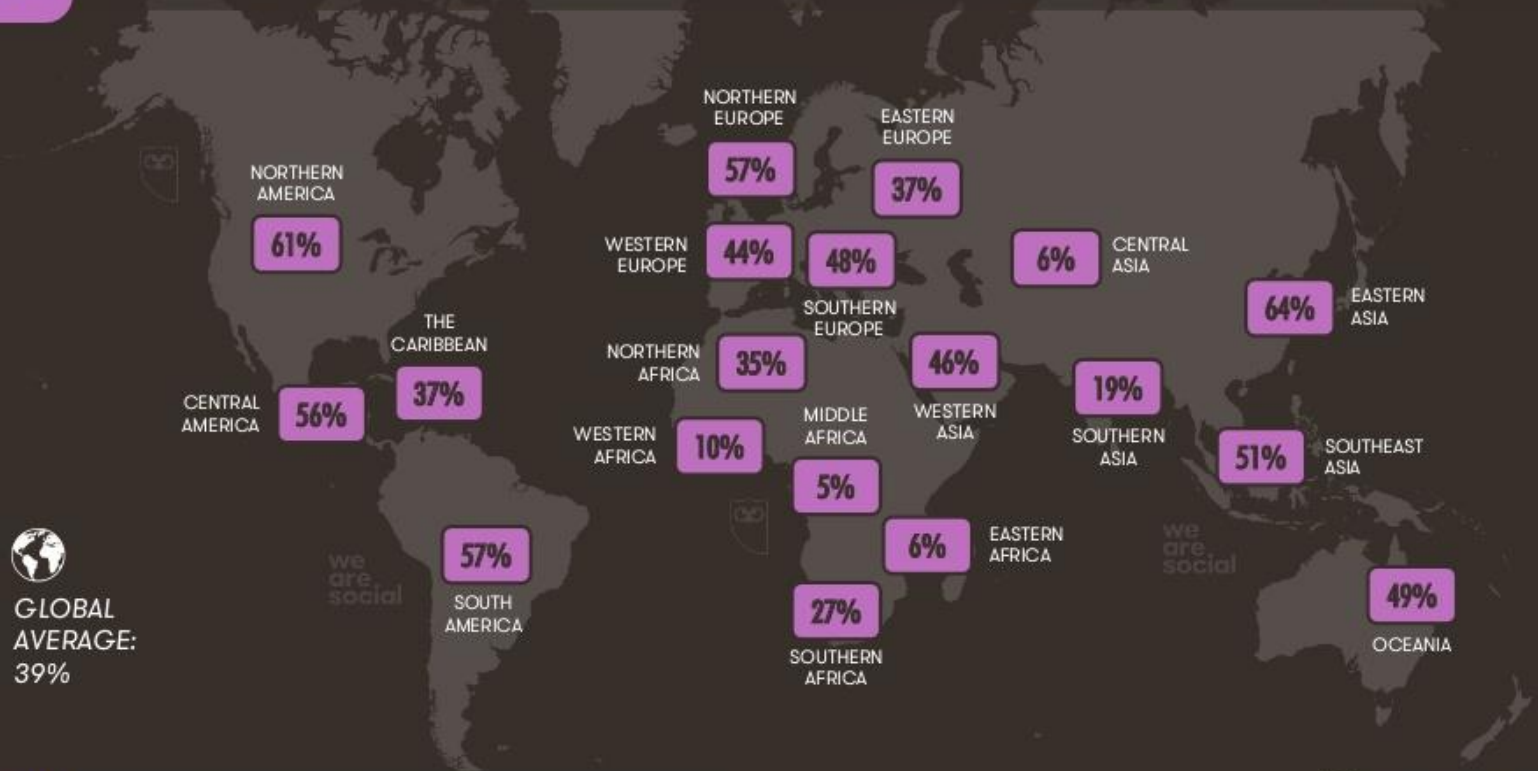
LinkedIn: Professional conversation and content amplification platform. LinkedIn will continue their dominance with professionals, leveraging their CRM integrations and expanded social features. For content amplification, use their video creation tools and Snapchat-style geofilters for events and conference.

[Click here to download our 2018 Social Media Trends Toolkit](#) to align your strategy with the year's key social network and digital trends.

JAN
2018

MOBILE SOCIAL MEDIA PENETRATION BY REGION

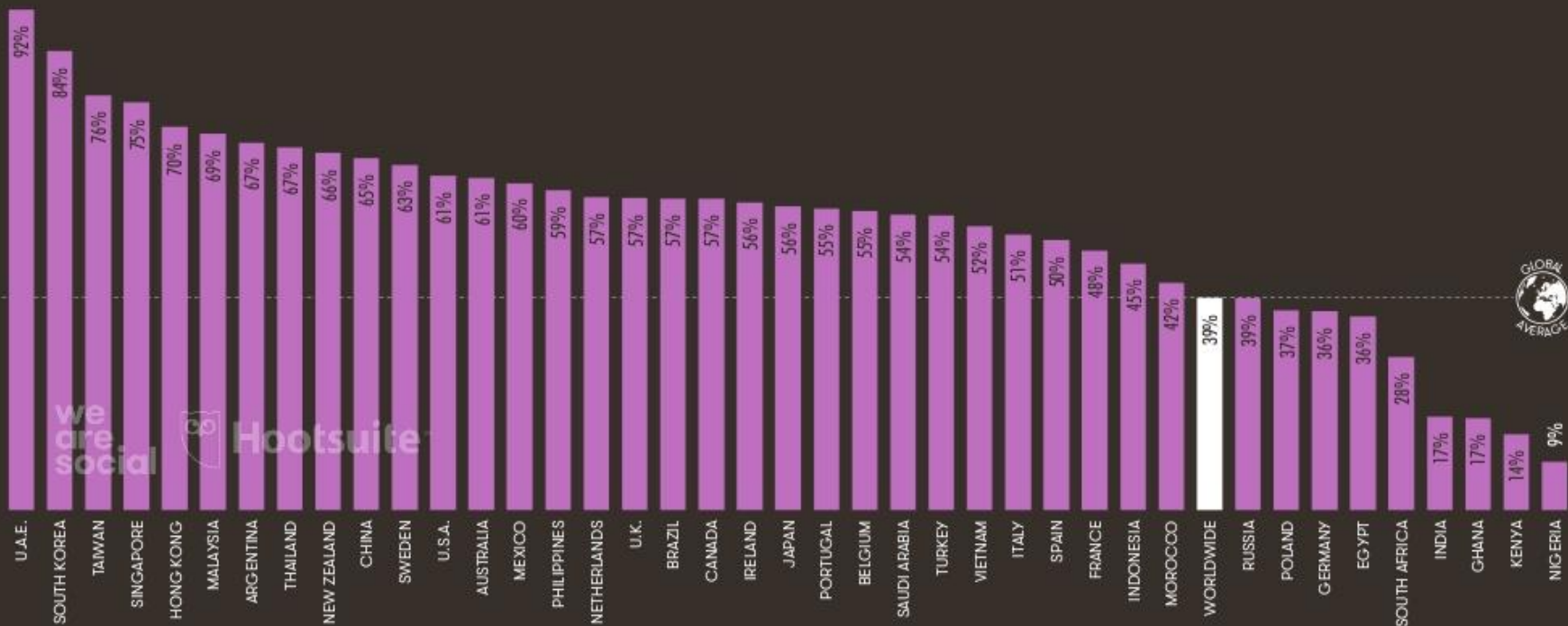
ACTIVE ACCOUNTS ON THE TOP SOCIAL NETWORK IN EACH COUNTRY ACCESSING VIA MOBILE, COMPARED TO POPULATION



JAN
2018

MOBILE SOCIAL MEDIA PENETRATION BY COUNTRY

ACTIVE ACCOUNTS ON THE TOP SOCIAL NETWORK IN EACH COUNTRY ACCESSING VIA MOBILE, COMPARED TO POPULATION



WE ARE SOCIAL'S PREDICTIONS: MOBILE SOCIAL

With 93% of the world's social media users accessing social via smartphones and tablets, mobile already sits at the heart of today's social media experiences. The latest data and trends suggest that our mobile social experiences will evolve considerably in the coming months though, with the emphasis clearly on the importance of human interaction and conversation. Key themes include:



MORE ACTIVE CONVERSATION

Social media platforms will (re)prioritise the interactions between people over passive media consumption



VIDEO CHAT

Live video chat and short recorded videos will increasingly replace text messaging, especially in chat apps



AUGMENTED INTERACTIONS

AR functionality will add variety and useful annotation options to our live video conversations



REAL-WORLD INTEGRATION

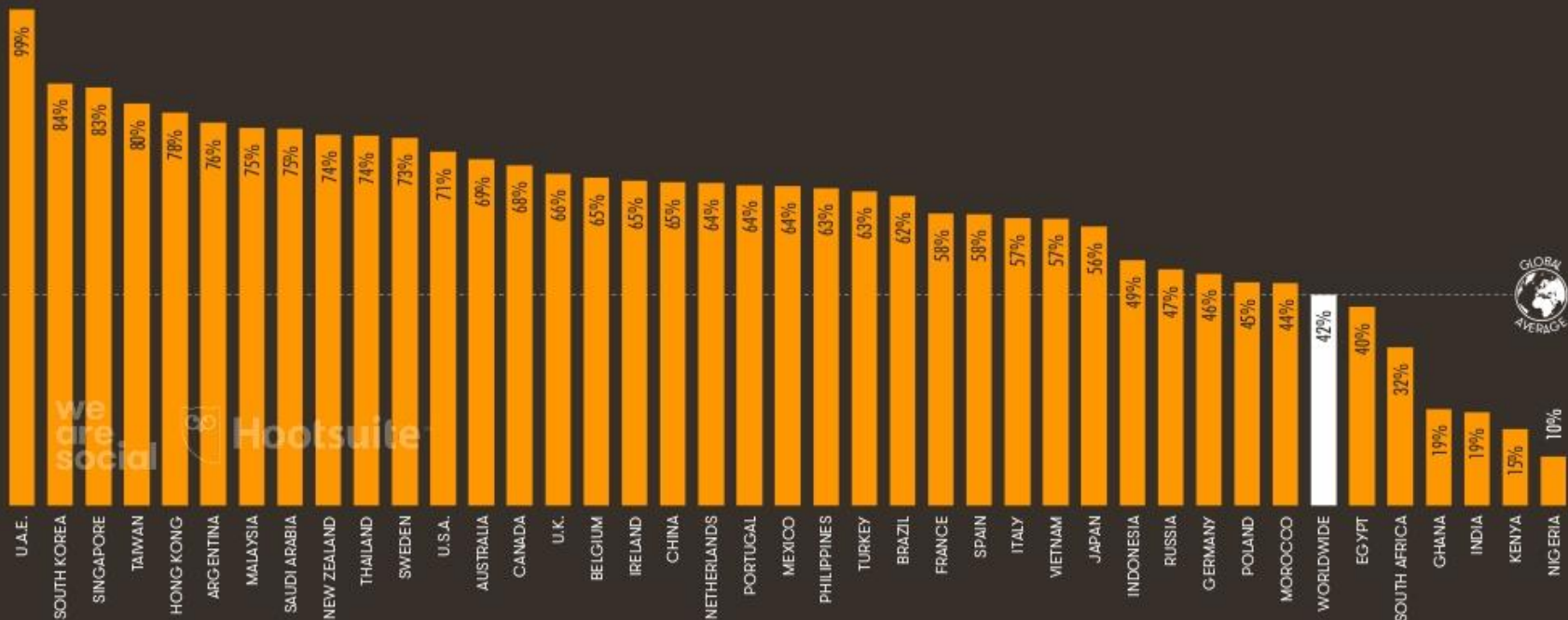
Expect to see live messenger support and social payments integrated into more real-world settings

**For more trends in Social and Mobile,
[click here to download our Think Forward report.](#)**

JAN
2018

SOCIAL MEDIA PENETRATION BY COUNTRY

MONTHLY ACTIVE ACCOUNTS ON THE TOP SOCIAL NETWORK IN EACH COUNTRY, COMPARED TO POPULATION



JAN
2018

TIME SPENT ON SOCIAL MEDIA

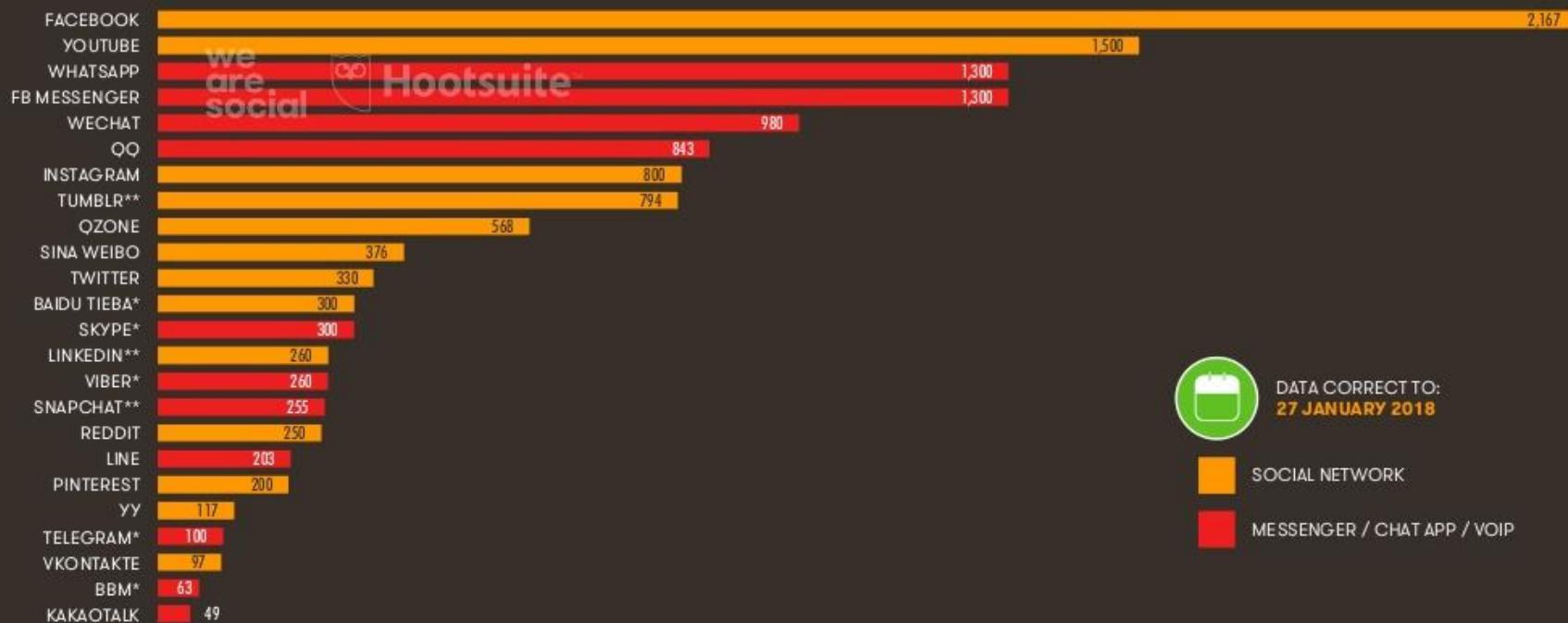
AVERAGE NUMBER OF HOURS THAT SOCIAL MEDIA USERS SPEND USING SOCIAL MEDIA EACH DAY VIA ANY DEVICE [SURVEY BASED]



JAN
2018

ACTIVE USERS OF KEY GLOBAL SOCIAL PLATFORMS

BASED ON THE MOST RECENTLY PUBLISHED MONTHLY ACTIVE USER ACCOUNTS FOR EACH PLATFORM, IN MILLIONS



DATA CORRECT TO:
27 JANUARY 2018



SOCIAL NETWORK



MESSENGER / CHAT APP / VOIP



JAN
2018

TOP MESSENGER APPS BY COUNTRY

BASED ON THE GOOGLE PLAY STORE RANK FOR EACH COUNTRY IN DECEMBER 2017



**JAN
2018**

FACEBOOK USAGE ANALYSIS

A CLOSER LOOK AT FACEBOOK USE, BROKEN DOWN BY MOBILE USE AND SELF-DECLARED GENDER OF USERS

TOTAL NUMBER OF
MONTHLY ACTIVE
FACEBOOK USERS



2.17
BILLION

ANNUAL CHANGE IN
FACEBOOK USERS
vs. JANUARY 2017



+15%

PERCENTAGE OF
FACEBOOK USERS
ACCESSING VIA MOBILE



88%

PERCENTAGE OF
FACEBOOK PROFILES
DECLARED AS FEMALE



44%

PERCENTAGE OF
FACEBOOK PROFILES
DECLARED AS MALE



56%

JAN
2018

PROFILE OF FACEBOOK USERS

BREAKDOWN OF FACEBOOK'S GLOBAL USERS BY AGE AND GENDER, IN MILLIONS



**JAN
2018**

SHARE OF FACEBOOK USE BY DEVICE

BASED ON THE NUMBER OF ACTIVE USER ACCOUNTS ACCESSING THE PLATFORM VIA EACH DEVICE, IN MILLIONS

LAPTOPS &
DESKTOPS



31.8%

ACTIVE USER ACCOUNTS:

687 MILLION

SMARTPHONES
& TABLETS



we
are
social

95.1%

ACTIVE USER ACCOUNTS:

2,055 MILLION

FEATURE
PHONES



0.5%

ACTIVE USER ACCOUNTS:

10 MILLION

TABLET
DEVICES



8.8%

ACTIVE USER ACCOUNTS:

190 MILLION

JAN
2018

AVERAGE FACEBOOK ENGAGEMENT RATES

THE NUMBER OF PEOPLE WHO ENGAGE WITH A FACEBOOK PAGE'S POSTS vs. THE NUMBER OF PEOPLE THAT THOSE POSTS REACH

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE POSTS (ALL TYPES)



we
are.
social

4.20%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE VIDEO POSTS



locowise

5.23%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE PHOTO POSTS



4.42%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE LINK POSTS



locowise

3.90%

AVERAGE ENGAGEMENT
RATE FOR FACEBOOK
PAGE STATUS POSTS



3.70%

**JAN
2018**

INSTAGRAM USAGE ANALYSIS

AN OVERVIEW OF MONTHLY ACTIVE INSTAGRAM USERS, BROKEN DOWN BY GENDER

TOTAL NUMBER OF
MONTHLY ACTIVE
INSTAGRAM USERS



**800
MILLION**

we
are
social

ACTIVE INSTAGRAM
USERS AS A PERCENTAGE
OF TOTAL POPULATION



11%



FEMALE USERS AS A
PERCENTAGE OF ALL
ACTIVE INSTAGRAM USERS



50.4%

we
are
social

MALE USERS AS A
PERCENTAGE OF ALL
ACTIVE INSTAGRAM USERS

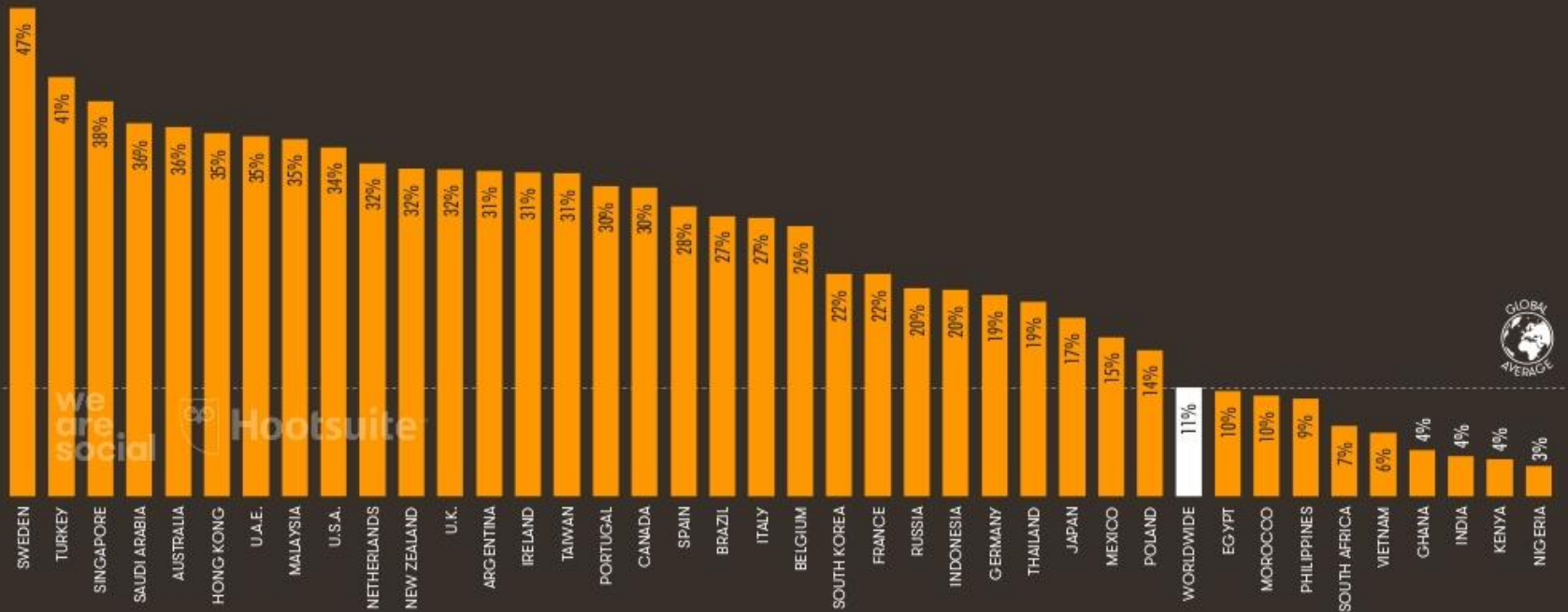


49.6%

JAN
2018

INSTAGRAM PENETRATION BY COUNTRY

THE NUMBER OF MONTHLY ACTIVE INSTAGRAM USERS, COMPARED TO TOTAL POPULATION



JAN
2018

PROFILE OF INSTAGRAM USERS

BREAKDOWN OF INSTAGRAM'S GLOBAL USERS BY AGE AND GENDER, IN MILLIONS



**JAN
2018**

HASHTAG AND EMOJI RANKINGS

BASED ON THE NUMBER OF TIMES PEOPLE USED EACH HASHTAG ON INSTAGRAM IN 2017, AND CUMULATIVE EMOJI USE ON TWITTER SINCE JULY 2013

MOST-USED HASHTAGS ON INSTAGRAM IN 2017

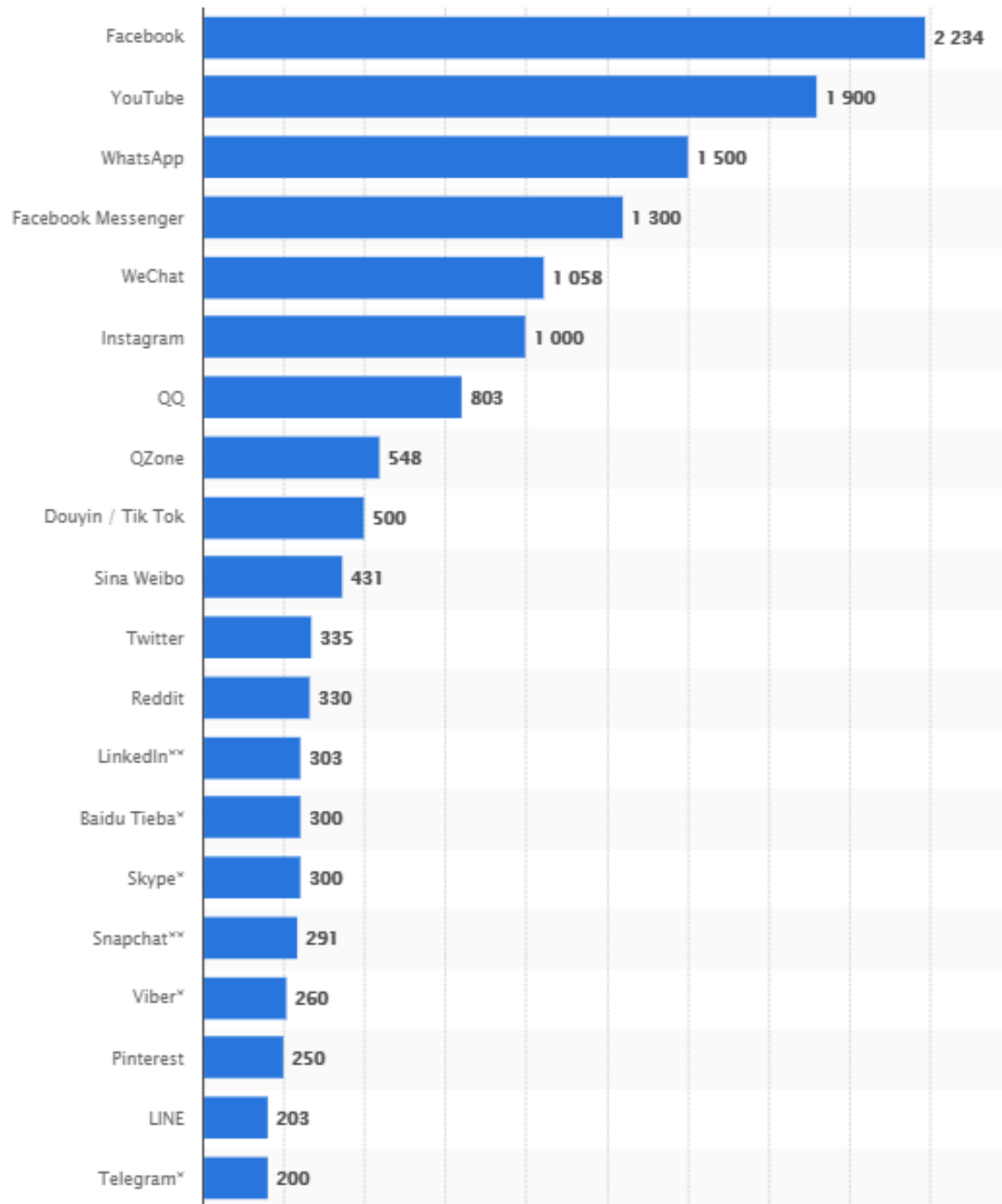
#	TOP INSTAGRAM HASHTAGS
01	#LOVE
02	#INSTAGOOD
03	#FASHION
04	#PHOTOOFTHE DAY
05	#BEAUTIFUL
06	#PICOFTHE DAY
07	#FITNESS
08	#STYLE
09	#TRAVEL
10	#HAPPY

MOST-USED EMOJI ON TWITTER (CUMULATIVE)

#	EMOJI	USES ON TWITTER
01		1,955,000,000
02		918,000,000
03		727,000,000
04		688,000,000
05		665,000,000
06		556,000,000
07		510,000,000
08		454,000,000
09		402,000,000
10		395,000,000

MOST-USED EMOJI ON TWITTER (CUMULATIVE)

#	EMOJI	USES ON TWITTER
11		359,000,000
12		344,000,000
13		320,000,000
14		295,000,000
15		287,000,000
16		282,000,000
17		228,000,000
18		226,000,000
19		198,000,000
20		190,000,000



Facebook: La página de la empresa

- ▶ La página de una marca, entidad (lugar u organización) o figura pública ("Página oficial") únicamente podrá administrarla el representante autorizado de dicha marca, entidad o figura pública.
- ▶ Tener en cuenta que el contenido publicado en una página es público y cualquiera que visite la página podrá verlo.
- ▶ Los nombres de las páginas y las direcciones web de Facebook deberán reflejar de forma precisa el contenido de la página. Podemos suprimir tus derechos administrativos o pedirte que cambies el nombre y la dirección web de Facebook de dicha página si no cumple este requisito.

▶ Fuente: Facebook

El nombre de la página

- ▶ No podrán consistir únicamente en términos genéricos (por ejemplo, "cerveza" o "pizza")
- ▶ Deberán hacer un uso de las mayúsculas adecuado y gramaticalmente correcto; las únicas palabras que pueden escribirse completamente en mayúsculas son los acrónimos
- ▶ No podrán incluir símbolos, como una puntuación excesiva o indicadores de marca registrada
- ▶ No podrán incluir descripciones superfluas ni calificativos innecesarios
- ▶ No podrán confundir a los usuarios haciendo que crean que se trata de la página oficial del asunto de la página en cuestión, ni que cuenta con la aprobación de un representante autorizado del asunto de la página en cuestión
- ▶ No podrán vulnerar los derechos de nadie

▶ Fuente: Facebook

Buenas prácticas para las publicaciones en Facebook

- ▶ Frecuencia de publicación
- ▶ ¿Qué tipos de publicación rinden más?
 - ▶ FOTOS
 - ▶ Videos
 - ▶ Ofertas
 - ▶ Preguntas
 - ▶ Enigmáticos
 - ▶ Concursos

Fans, alcance y participación

- ▶ Fans: Cuántos Me gusta (like) tiene la página
- ▶ Alcance de las publicaciones
- ▶ Participación (engagement)

Buenas prácticas para la cabecera de Facebook

- ▶ Generar recordación de marca
- ▶ Promocionar productos/servicios
- ▶ Direccionar a las páginas y redes de la empresa
- ▶ Proponer un #Hashtag
- ▶ Promover acciones sociales/causas
- ▶ Generar impacto/urgencia

Twitter

- ▶ + de 1000 millones de usuarios, 255 millones activos
- ▶ 500 millones de tweets son enviados por día
- ▶ 78% de los usuarios activos son de móvil
- ▶ 44% de los usuarios nunca mandaron un tweet
- ▶ 391 millones de usuarios no tienen seguidores
- ▶ 46% de los usuarios envían un tweet al menos una vez al día

Glosario Twitter

- ▶ Tweet – Mensaje de hasta 140 caracteres
- ▶ Follower – Seguidor
- ▶ RT – ReTweatear
- ▶ Hashtag #
- ▶ Arrobar / mencionar @....
- ▶ #FF – FollowFriday
- ▶ DM – Direct Message (Mensaje directo)
- ▶ TT – Trending Topic (tendencias)
- ▶ Fav

Buenas prácticas en Twitter

- ▶ Tweets breves, agradables y que retumben
- ▶ Responda!
- ▶ Siga la tendencia #TT
- ▶ Incluya hashtags
- ▶ Incluya links abreviados (goo.gl)
- ▶ Incluya la frase RT si...
- ▶ IMÁGENES

Instagram

- ▶ 1000 millones de usuarios
- ▶ La red “feliz”
- ▶ Usado por el 55% de la población de entre 18 y 29
- ▶ Audiencia global
- ▶ Posts e historias
- ▶ Nuevas herramientas

YouTube

- ▶ + de 1000 millones de usuarios
- ▶ 6 mil millones de horas de videos se ven por mes
- ▶ 100 horas de videos se suben por minuto
- ▶ 40% de las vista vienen de móviles
- ▶ 1000 millones de videos se ven por día en móviles

Buenas prácticas en Youtube

- ▶ Definir y personalizar la apariencia del canal
- ▶ Videos con títulos atractivos
- ▶ Elegir la mejor miniatura
- ▶ Describir los videos
- ▶ Tags con palabras claves
- ▶ Mantener la periodicidad de publicación de videos
- ▶ Música, imágenes y videos con derechos

LinkedIn

- ▶ + de 300 millones de usuarios, 187 millones de ellos activos
- ▶ La red de los profesionales
- ▶ 39 millones de estudiantes avanzados y recién graduados
- ▶ 200 países

Más redes

- ▶ Google+ – 1,6 mil millones de usuarios, 540 millones activos
- ▶ Whatsapp – 600 millones, 1 millón diario, 19 millones de mensajes diarios, 700 millones de fotos diarias, 200 millones de mensajes de voz, 1 millón de mensajes de videos diarios
- ▶ Vine – 40 millones de usuarios activos
- ▶ Snapchat – 60 millones de usuarios, 30 millones activos. 70% mujeres

Más redes

- ▶ Badoo – 216 millones de usuarios
- ▶ TripAdvisor – 260 millones de usuarios
- ▶ Tuenti – 15 millones (España)
- ▶ Tinder – 10 millones
- ▶ Telegram – 35 millones
- ▶ Taringa – 25 millones
- ▶ Waze – 500 millones de usuarios

Blogs

- ▶ 6,7 millones de bloggers
- ▶ 77% de los usuarios de Internet leen blogs
- ▶ Herramientas
 - ▶ Blogger
 - ▶ WordPress
 - ▶ Tumblr
 - ▶ LiveJournal
 - ▶ Weebly



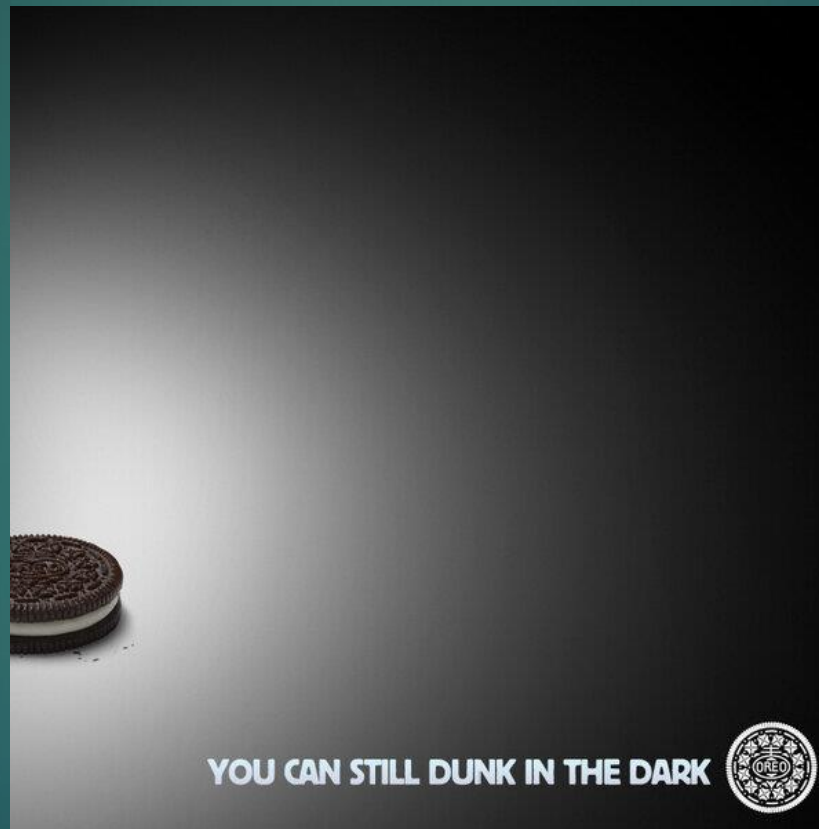
Community Manager Casos de éxito – Estrategias SMO

JORGE NELSON FAJARDO

Toblerone aumentó las
ventas un 132% con el
National Thank You Day



Oreo durante el apagón del SuperBowl



Vivió el desafío Groupon



DEWmocracy2

El sabor creado por los usuarios

IN STORES NOW:
THE 2010 DEW FLAVOR
CHOSEN FOR THE PEOPLE,
BY THE PEOPLE:

MTN DEW WHITE OUT

WATCH THE ROAD TO
MTN DEW WHITE OUT >>

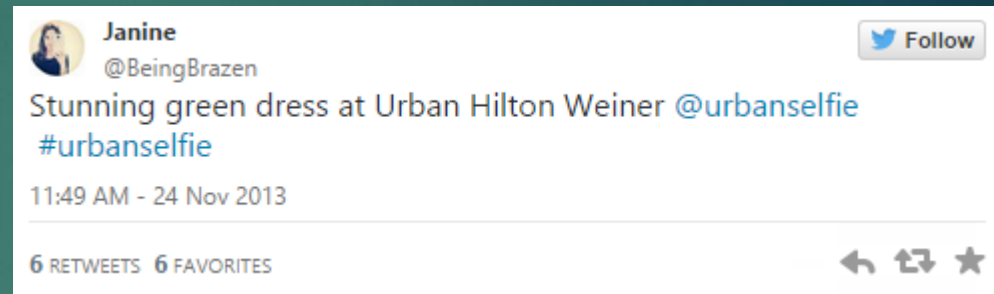
 FIND ONE IN A
STORE NEAR YOU >>

 LIKE US TO FIND OUT
FUTURE NEWS FROM DEW >>

 WATCH TV COMMERCIAL >>



Urban Hilton Weiner Pagá con una selfie



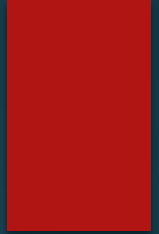
Ataque de pánico

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=-dadPWhEhVk>

Heineken Champions League

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=Mk2fDqeeHBc>

KhanAcademy



- ▶ <https://www.youtube.com/user/KhanAcademyEspaol>

Starbucks Tweet a coffee: 180.000 dólares en ventas

https://www.youtube.com/watch?v=AxPZj9x_Dsk



My Starbucks Idea



- ▶ “Vos sabés mejor que nadie lo que querés de Starbucks. Entonces contalo ¿Cuál es tu idea de Starbucks? Puede ser algo revolucionario o muy simple, queremos oírlo. Compartí tus ideas, decí lo que pensás de las ideas de otras personas y unite a la discusión. Estamos aquí, y estamos listos para hacer que las ideas sucedan. Vamos a empezar”.

El outlet de Dell en Twitter

Inicio Notificaciones # Descubre Cuenta Buscar en Twitter

Dell Outlet @DellOutlet
Refurbished Dell™ computers, electronics.

TWEETS 3 135 FOTOS/VIDEOS 23 SIGUIENDO 32 SEGUIDORES 1,43M FAVORITOS 34 Más ▾

Tweets Tweets y respuestas

Dell Outlet @DellOutlet · 5 h
Save \$20 on Microsoft Office Home and Business 2013 #A6638501 with the purchase of any Dell Outlet Home PC [del.ly/6012e71C](#)

A quién seguir · Refrescar · Ver todos

ESTO ES RACING @Estoe...
Seguir

Domino's Pizza: Cómo frenar una crisis en las redes sociales

- ▶ Un consumidor llamado Bryce Long, pidió una pizza a Domino's y lo que recibió fue un producto pegado a la caja por el exceso de queso
- ▶ Subió la foto a las redes y al sitio de la empresa
- ▶ Además de admitir públicamente el error por boca de su primer ejecutivo, la Compañía envió al chef , Sam Fauser, al domicilio de Long con dos pizzas, una carta del presidente y una tarjeta por valor de 500 dólares.

Dove Real Beauty

 Dove

 Jorge Inicio 20+ Buscar amigos  10



Shouldn't every age feel beautiful?



Dove 
Salud/belleza

Me gusta Seguir Mensaje 

Biografía Información Fotos **Share Your Real Beauty** Más ▾

 **Share Your Beautiful Self**

Share a camera-proud moment of yourself with a confident, radiant woman in your life and you could be the next faces of Dove® at Shoppers Drug Mart^{MD}



Dove Camera Shy



El regreso de Wispa

- ▶ <https://biz.twitter.com/es/success-stories/cadbury-wispa>

La selfie más famosa

- ▶ Ellen DeGeneres en los Premios Oscar 2014



Pretzel Bacon Cheeseburger Love Songs

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=y7t1OY-tp-k>



Tweets de Arby's a Pharrell Williams

- ▶ 81,764 retweets
- ▶ 48,437 favs



El milagro de Navidad de WestJet

► <https://www.youtube.com/watch?v=zIElvi2MuEk>



Análisis de casos



El Pulso de la República



El Pulso De La República ✓

Suscribirse 1,618,104

Página principal

Videos

Listas de reproducción

Canales

Debate

Acerca de



MENSAJE DE CHUMEL TORRES - EL PULSO DE LA REPÚBLICA

621,609 vistas Hace 4 días

No te pierdas este jueves 25 de Agosto nuestro mensaje especial sobre El Pulso de la República.

BAJA LA APP DE EL PULSO EN TODAS LAS PLATAFORMAS:

PARA ANDROID: <https://play.google.com/sto...>

PARA iOS: <https://itunes.apple.com/es...>

PARA WP: <http://www.windowsphone.com...>

PARA BB: <http://appworld.blackberry...>

LOS AMIGOS DEL PULSO



El Pulso US

Suscribirse



DEPORTOLOGIA

Suscribirse



Promakeup1 by Sa...

Suscribirse

Canales relacionados



Franco Escamilla ✓

Chumel



#CHUMELxHBO | Anfitriones de Oro



HBOenLatinoAmerica

 **Suscribirse** 100,265

429,468 vistas

Chumel Torres en HBO



Más casos de éxito en Facebook

► <https://www.facebook.com/business/success>

Más casos de éxito en Twitter

► <https://biz.twitter.com/es/success-stories>

Más casos de éxito en YouTube

- ▶ <https://www.youtube.com/yt/advertise/es/success-stories.html>

La estrategia de SMO

- ▶ Social Media Optimization
- ▶ ¿Qué redes sociales elegimos?
- ▶ Definir el target del negocio
- ▶ ¿Qué contenidos le importan a la comunidad?



Elige la red social

» IDEAL «

PARA TU EMPRESA



La estrategia

- ▶ El desafío
 - ▶ Conocimiento / fidelización de marca
 - ▶ Promoción / lanzamiento de productos
 - ▶ Impulsar ventas
 - ▶ Impulsar tráfico
 - ▶ Conseguir clientes
 - ▶ Mejorar servicio
- ▶ Solución planteada
- ▶ Resultados estimados

Brandstreaming



- ▶ Mapeo: ¿Cuáles son los espacios de interés?
- ▶ Monitoreo: ¿Dónde se habla de la marca o de temas relacionados? ¿Qué se está diciendo?
- ▶ Interacción: Promoción online de los mensajes, valores y espíritu de la marca
- ▶ Medición: ¿Qué alcance y progresos tuvo la estrategia?

Herramientas de apoyo

- ▶ Hootsuite (Ver PDF – WORKSHOP Hootsuite)
 - ▶ Monitorea múltiples plataformas a la vez
 - ▶ Ahorro de tiempo
 - ▶ Mejora la eficiencia
 - ▶ Opción free – Opción paga
- ▶ TweetDeck
 - ▶ <https://tweetdeck.twitter.com>