



# GUÍA PARA CONSEGUIR CLIENTES A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

TODO LO QUE TIENES QUE SABER SOBRE LA  
COMUNICACIÓN ONLINE SI ERES UNA PYME,  
FREELANCE O EMPRENDEDOR  
CRISTIAN HERNANDEZ GONZALEZ

DESIGNSEO SPA | [www.designseo.cl](http://www.designseo.cl)

## ¿ES ESTE EL E-BOOK QUE NECESITO?

*Este E-book va dirigido a todas aquellas PYMES, freelance o emprendedores que quieren saber como funciona el SOCIAL MEDIA y que beneficios puede aportarles un buen manejo de este nuevo medio de comunicación con sus clientes.*



Tanto si tu empresa ya se encuentra en las Redes Sociales como si no. Este E-book te ayudará a comprender **cuál es sitio que deben ocupar las empresas** en esta nueva realidad.

DesignSeo.cl



## CONTENIDO

<b>¿Es este el e-book que Necesito?</b> .....	1
ANTECEDENTES ¿CÓMO ESTA EL PANORAMA? .....	3
EL SOCIAL MEDIA Y TU EMPRESA .....	6
¿Por qué tú empresa debe estar en Internet? .....	7
5 TEMAS A TENER EN CUENTA PARA BENEFICIARSE DEL SOCIAL MEDIA .....	8
¿Necesito un Community Manager? .....	9
¿Quién? .....	9
¿Qué debe tener un buen Community Manager? .....	10
1. Love The Brand .....	10
2. Love the Followers .....	10
3. La Voz de la Marca .....	10
4. Actualizar .....	11
5. Be Original my Friend .....	11
Optimización SEO: El Secreto de la comunicación online .....	12
¿SEO? .....	13
¿Engagement? .....	14
SEO en las Redes Sociales .....	15
Concretando en Redes Sociales: Las Más Valiosas .....	17
Facebook .....	17
Pinterest .....	19
Blog Corporativo .....	20
No Protagonices "Yo Andrés" .....	20
Sé Constante .....	20
No publiques siempre lo mismo .....	20
Personalidad .....	21
Participación múltiple .....	21
Planificación .....	21
Medicación .....	21
CONCLUSIONES .....	22
Quienes Somos .....	23

## Antecedentes: cómo está el panorama

“Las redes sociales son la fórmula del presente para convertir tus potenciales clientes en fans o seguidores. En una situación de crisis, la clave no es tener clientes sino seguidores”

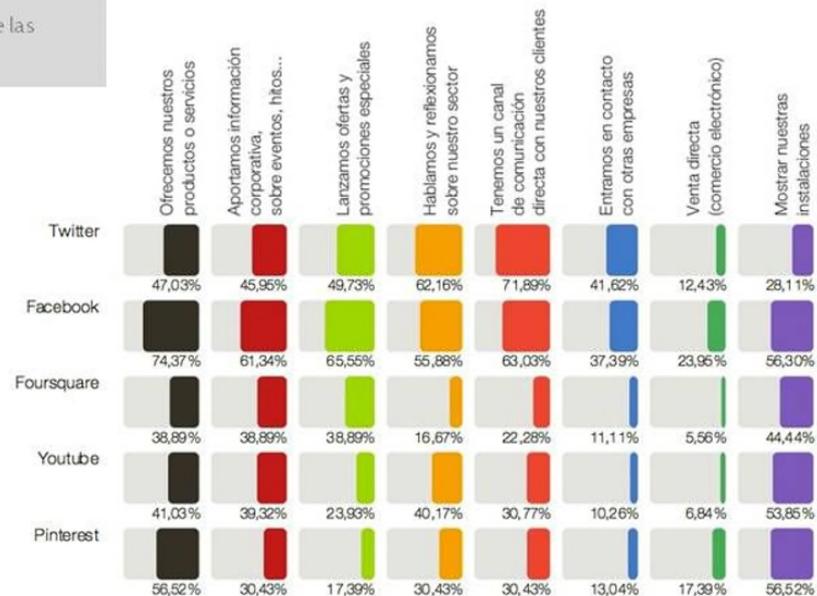
Fuente de los Datos: Estudio "Observatorio sobre Uso de las Redes Sociales de las PYMES"  
Fundación BANESTO (febrero, 2013)

Los siguientes datos tiene el objetivo de esclarecer la situación actual y así ofrecer argumentos para que las pequeñas empresas mejoren su situación gracias al conocimiento.

1. Más de la mitad de las PYMES chilenas, un 53,5% utiliza las redes sociales para comunicarse con sus clientes o potenciales consumidores. En 2011 se encontraba al 47,8% por lo que cifra ha aumentado 5,7%
2. Los sectores que más utilizan las Redes Sociales son Hotelería y Turismo (83,9%), Educación y Servicios Sociales (65,6%) y Comercio (58,6%). Este uso está lógicamente justificado por la necesidad que tienen estos sectores de relacionarse con su público.
3. Facebook es la Red Social que más utilizaban para crear estas relaciones.

4. La mayoría de las PYMES chilenas utilizan las Redes Sociales para ofrecer los productos o servicios de su empresa, ofrecer información corporativa o establecer un canal de comunicación con sus clientes.

Uso de cada una de las Redes Sociales



5. El 56,2% de las empresas con presencia en Redes Sociales utiliza personal interno especializado y un 4% de una compañía especializada externa. El 40% restante son gestionadas por trabajadores no especializados.

6. Los principales objetivos que se buscan al estar en las Redes Sociales son:

- a. Conocer el mercado (64%)
- b. Mejorar la comunicación (62,56%)
- c. Ampliar los canales de venta (46,6%)

Además, las Redes Sociales son un instrumento buenísimo para la internacionalización de la empresa ya que su uso aumento la competitividad.



7. El Uso de las Redes Sociales fortalece a la empresa porque: Genera imagen de marca, incrementa la reputación, favorece la fidelización, mejora la comunicación con el consumidor y es una fuente de monitorización de la actividad.



8. Por último, un dato curioso: La Rentabilidad más valorada por las empresas que usan las redes sociales, según el estudio es la generación de imagen de marca, reputación y fidelización de clientes

Hoy en día el Social Media forma parte de la vida del consumidor. Este hace más de 90 menciones a la semana de diferentes marcas a través de sus cuentas en Redes Sociales, Foros, Blogs, etc.

Esta nueva realidad no pasa desapercibida para muchas empresas ya que el 80% invierte en Social Media y entran en la conversación con sus clientes a través de internet



## ¿POR QUÉ TÚ EMPRESA DEBE ESTAR EN INTERNET?

1 Facebook, Twitter, los blogs, vídeos o comentarios son las tácticas consideradas como las más efectivas en materia de social media para movilizar a los consumidores y aumentar la presencia de la empresa y de sus productos en internet.

2 Facebook es el sitio web más visitado de todo el mundo. 86% de los usuarios son seguidores de diferentes fans page.

3 El 53% de los usuarios de Twitter recomiendan marcas o productos en sus tweets.

4 El 74% de los consumidores confían para tomar decisiones de compra, en los comentarios que se generan en los diferentes Social Media sobre productos.

5 Para 2020 el 85% del total de las compras tanto online como offline estarán condicionadas por Internet, ya que sus compradores buscarán los productos en la web antes de comprar.

5 TEMAS A TENER EN CUENTA PARA BENEFICIARSE DEL SOCIAL MEDIA



Hay que entender a los usuarios de Internet



Debes optimizar tu plan de negocio online



Ten en cuenta el Social Media dentro del plan de Marketing Mix de tu empresa



Implementa en tu negocio estrategias de comunicación efectivas.



Mejora el servicio al consumidor

## ¿NECESITO UN COMMUNITY MANAGER?

### ¿QUIÉN?

Un **Community Manager** es la persona que se encarga de gestionar las conversaciones sociales en línea de una marca con la sociedad a través de los nuevos canales de comunicación.

Estas conversaciones son cada vez más relevantes, atractivas e interesantes para las marcas y **necesitan de un profesional** que conozca bien cómo funciona eso de Facebook y sepa gestionar la reputación online.



## ¿QUÉ DEBE TENER UN BUEN COMMUNITY MANAGER?

### 1. LOVE THE BRAND

Debe conocer la marca o producto con el que trabaja y “amarlo”. Si es así, será mucho más fácil y natural que hable de ello y cree contenido de valor añadido de forma que sea **atractivo para tu público, o para cualquiera.**

### 2. LOVE THE FOLLOWERS

El buen **Community Manager** sabe que, si tiene un seguidor, tiene un tesoro. Debe agradecer los comentarios, RT o “me gusta”. Al fin y al cabo, lo hacen por nada a cambio.

### 3. LA VOZ DE LA MARCA

Además de hablar lo bueno que son los productos de la empresa, debe saber crear contenido de interés con el que ofrezca información relevante para los seguidores, sobre temas que a ellos le interesen.



---

#### 4. ACTUALIZAR

El buen **Community Manager** debe saber organizar su agenda para que le dé tiempo a crear contenido en todas las herramientas online utilizadas por la empresa.

---

#### 5. BE ORIGINAL MY FRIEND

Debe disfrutar con su **trabajo** y esto dará pie a que pruebe e innove haciendo cosas nuevas. En esto de Internet, para nada esta todo dicho y mucho menos inventado.



## OPTIMIZACIÓN SEO: EL SECRETO DE LA COMUNICACIÓN ONLINE

Donde hay que estar en Internet para hacer una buena estrategia SEO

Si tu sitio web atrae a las personas, hará lo mismo con los algoritmos de Google, por eso es muy importante la calidad del contenido y la originalidad, como decíamos antes.

Hay que saber que la página web no es único lugar de la red en el que la marca tiene que tener una fuerte presencia.

Los motores de búsqueda están cada vez dándole más



importancia a las conversaciones que la gente está manteniendo entre sí y con la marca en el mundo del Social Media. Por ello, es importante que las marcas busquen a los clientes y conversen con ellos de una manera directa e

instantánea.

Ahora una marca ya no puede confiar en que solo un sitio web bien optimizado sea suficiente para ganar la atención de Google. Precisamente por esto es que muchas marcas están poco a poco utilizando las Redes Sociales para intentar posicionar su empresa lo mejor posible.

## ¿SEO?

El **SEO** o Search Engine Optimization es un tipo de estrategia digital que tiene como objetivo posicionar una web en los diferentes motores de búsqueda mejorando así la visibilidad de esta web en concreto de forma orgánica.



La forma de hacer **SEO** ha cambiado mucho desde que Google puso en marcha el algoritmo de **posicionamiento Panda**, que favorece a aquellos sitios con contenidos “más humanos”, es decir, contenidos a los que los usuarios reaccionen mejor, generando un mayor “**Engagement**”.

## ¿ENGAGEMENT?

### Encantar y Cautivar a tus clientes



El Engagement significa algo así como "encantamiento", se refiere a la implicación, al grado de relación que existe entre el público de una marca.



Uno de los canales de comunicación más eficaces para producir engagement es el Social Media ya que, como hemos dicho antes, en las Redes Sociales las marcas tienen una comunicación directa con su público objetivo.



Esta comunicación se debe caracterizar por ofrecer al público información relevante e interesante para ellos y generar, a partir de estas conversaciones que enriquezcan las dos partes.



## Facebook

- En Facebook, no solamente hay que hablar de la propia empresa sino que hay que jugar con el usuario realizando preguntas, sugiriendo lecturas, enlaces a vídeos interesantes.
- En definitiva tener conversaciones dinámicas entre la marca y los seguidores.



## Twitter

- En Twitter no hay que twitter sólo información de la empresa sino, que como en Facebook, se debe ofrecer información de interés para el seguidor.
- En esta red social ayuda en la estrategia SEO el número de tweets con enlace, los replies, así como los RT a un tweet y el uso de acortadores de URLs como bit.ly



## Youtube

- En tu estrategia SEO no puedes dejar fuera de tu estrategia a Youtube.
- De esta red social influyen los vídeos con enlaces, los números de "Me Gusta", la cantidad de reproducciones, los comentarios y los enlaces al vídeo. Cuando el contenido sea interesante, las personas lo comparten



## Pinterest

Pin y Repin de interesantes efectos visuales puedes encontrar en Pinterest.

Esta Red Social puede no ser adecuada para todas las marcas, pero para marcas con atributos visuales o mensajes que pueden ser apoyados por fotos, imágenes e ilustraciones, Pinterest es una buena opción para aumentar la presencia de marca.



### LinkedIn

- La participación en grupos, responder preguntas y hacer actualizaciones de la compañía en LinkedIn, es la clave principal de esta red social.
- Aunque esto se trata menos sobre SEO y más sobre situar la empresa donde sus potenciales clientes. Un fuerte perfil de LinkedIn con referencias de clientes y socios estratégicos, es un fuerte componente en la mezcla de optimización de marca.



### Google +

- Compartir información en Google +
- Hay una creencia generalizada de que a medida que Google + gane popularidad, las conversaciones que hayan aquí ayudarán con la marca y con los motores de búsqueda. Por otro lado, al ser la Red Social de Google, para el SEO es la mejor red social para potenciar el SEO.



### Instagram

- Al igual que Pinterest no a todas las marcas les conviene la gestión de esta red social.
- Pero la popularidad que ha tomado en el último tiempo hace una red social muy favorable para las campañas como una alternativa potente y efectiva de mensajes con imágenes y/o videos.

Toda esta actividad social de los medios de comunicación está trabajando para crear compromiso en torno a la marca hacia lo que siempre ha importado a los motores de búsqueda en su mayoría, las personas.

La pregunta que debe hacerse tú empresa no es como optimizar su sitio web para mejorar la clasificación en los buscadores, sino como puede mejorar su marca para convertirse en un participante apreciado en las conversaciones con su público.

## CONCRETANDO EN REDES SOCIALES: LAS MÁS VALIOSAS

### FACEBOOK

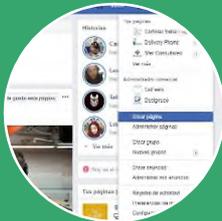
Facebook es la Red Social más utilizada, tanto por los usuarios como por las empresas, por ello debe ser la primera parada para aquellas empresas que quieran iniciarse en el Social Media.

Los beneficios del uso de esta red social son múltiples ya que permite crear un alto grado de relación con el público objetivo a partir de ofrecer noticias interesantes, lecturas, juegos, vídeos divertidos, fotografías y todo lo que creas que puede gustar a tus seguidores. Si les das algo interesante verás resultados muy pronto.

Hay que tener en cuenta que una empresa no puede tener un perfil personal en esta Red Social, sino que tiene que crear un perfil de empresa. A continuación, detallamos los pasos a seguir para crear tu perfil de empresa en Facebook, un proceso sencillo y muy beneficioso para cualquier negocio y empresa.



Debes registrarte y tener una cuenta personal en Facebook para crear el perfil de empresa.



Tienes que acceder a tu cuenta personal antes de empezar a crear tu página de empresa.



Cuando ya estes conectado, accede a:  
<https://www.facebook.com/pages/creation/>



Haz Clic en: "Negocio o Marca" o en "Comunidad o Figura Pública".



Rellena los diferentes campos en función de la elección y haz clic en "Acepto las condiciones de paginas de Facebook". A continuación dale a "Empezar"



Configura tu empresa con una foto de perfil, información y la dirección web de Facebook. Guarda los cambios y continua con el proceso.



A continuación aparecera un tutorial por secciones, muy sencillo, el cual te guía y te describe las diferentes opciones y pasos a seguir, así como las diferentes funcionalidades.



Una vez hayas seguido el tutorial paso a paso, ya tendrás configurado tu perfil de empresa.



## PINTEREST

Pinterest es la herramienta que ofrece a las empresas la oportunidad de relacionarse con los usuarios y promocionar una marca, esta Red Social es un lugar donde se pueden crear colecciones de objetos muy diversos según los gustos de cada usuario y además tiene la posibilidad de seguir las colecciones creadas por otras personas.

Originalmente se podía acceder por invitación, pero actualmente cualquier usuario puede crear su cuenta y desde esta crear un perfil de empresa, tal como el caso de Facebook. Te permite compartir imágenes, vídeos y enlaces en general clasificado en tableros de diversos temas cada uno.

Se pueden subir imágenes o videos asociados a un sitio de la web, esta acción se denomina hacer un "pin" y agruparlos en tableros o "pinboards" para poder compartirlos y que otros usuarios los puedan seguir.



En los últimos años la visitas a Pinterest han crecido, y el público de esta Red Social tiene un alto grado de compromiso y es mayoritariamente femenino.

Según su creador, Pinterest es un sitio que conecta a las personas que se apasionan por las mismas cosas.

De la misma manera que usan Facebook, los usuarios están contentos de interactuar con otras personas las cuales les inspiran ya que tienen gustos similares.

De este modo, al igual que una persona "pinea" según sus gustos o aficiones, una empresa de alimentación podrá compartir recetas o productos que venda en sus tableros.

Esta Red Social es altamente recomendable para las empresas que se dirigen a un público femenino, como pueden ser tiendas de moda, para así poder compartir sus productos y mostrarlos a sus clientes.

Si tienes una empresa no dudes en adelantarte a tu competencia con Pinterest, porque esta red social, ya esta dando que hablar y ni que decirlo de incluirla en una campaña de SEO, porque es súper potente lo que puedes hacer.

## BLOG CORPORATIVO

Si tienes un sitio web, debes tener un blog corporativo. Sobre todo, con la llegada de los CMS, el Blog debe ser parte de tu gestión de Social Media.

Conseguir que una empresa pequeña tenga presencia en Internet no es fácil pero tampoco imposible.

Desde luego una de las acciones que más resultados le puede dar a una empresa con un altísimo porcentaje de retorno de la inversión (ROI) es tener un blog corporativo. Más aún si tenemos en cuenta que la única inversión que necesitamos es tiempo y dedicación, es decir \$0 (pesos).

Ahora bien, las empresas deben utilizar el blog corporativo con una serie de pautas para que realmente sea efectivo, de lo contrario puede convertirse en una acción sin ningún valor que nos restará tiempo y energía. Te detallamos lo que para nosotros son las pautas a tomar en consideración:

---

### NO PROTAGONICES "YO ANDRÉS"

Tu Empresa no puede protagonizar la histórica película "Yo Andres", es decir, tu blog no puede estar constantemente hablando de lo hermoso que eres, de las cosas súper grandes que haces y únicamente de tu ecosistema. Esto no hará más que alejar a los posibles lectores, ya que el 90% de los usuarios en Internet, no quieren leer sobre una marca en particular, sino que buscan información que sea útil para ellos.

---

### SÉ CONSTANTE

Si quieres que tu blog corporativo tenga unas visitas constantes y recurrentes debes de ser constante y publicar nuevos artículos de forma frecuente. Si un nuevo usuario visita tu blog y ve que llevas varios meses sin publicar nada nuevo se llevará una muy mala imagen de tu empresa. Recuerda, "No hay segunda oportunidad de dar una primera buena impresión".

---

### NO PUBLIQUES SIEMPRE LO MISMO

Un buen blog es un blog que sea dinámico y que muestre distintos tipos de formato de post, desde una entrada informativa, una entrevista, una infografía, un debate, etc.

Es importante "decorar" las entradas con imágenes, dibujos o gráficos. Tenlo en cuenta para no aburrir a tus visitantes.

---

## PERSONALIDAD

El blog corporativo es el altavoz de tu marca, es tu imagen por Internet, por lo tanto, debes prestar mucha atención a la imagen que estas proyectando. La empresa, PYME o el freelance que tenga un blog sin una personalidad definida es una empresa sin personalidad de marca.

---

## PARTICIPACIÓN MÚLTIPLE

Para conseguir más visitas, más relevancia, más tráfico y más repercusión con tu blog, la empresa tiene que hacer partícipe a varias personas, a ser posible a todos los trabajadores.

Con esto conseguimos distintos puntos de vista, que se publiquen entradas de distintas temáticas y por supuesto, una mayor implicación en el proyecto por parte de todos los empleados.

---

## PLANIFICACIÓN

Ningún Blog corporativo tendrá éxito sin una planificación en la que esté perfectamente definida una estrategia en la publicación de contenidos, así como un calendario con fechas de publicación para los distintos miembros del equipo.

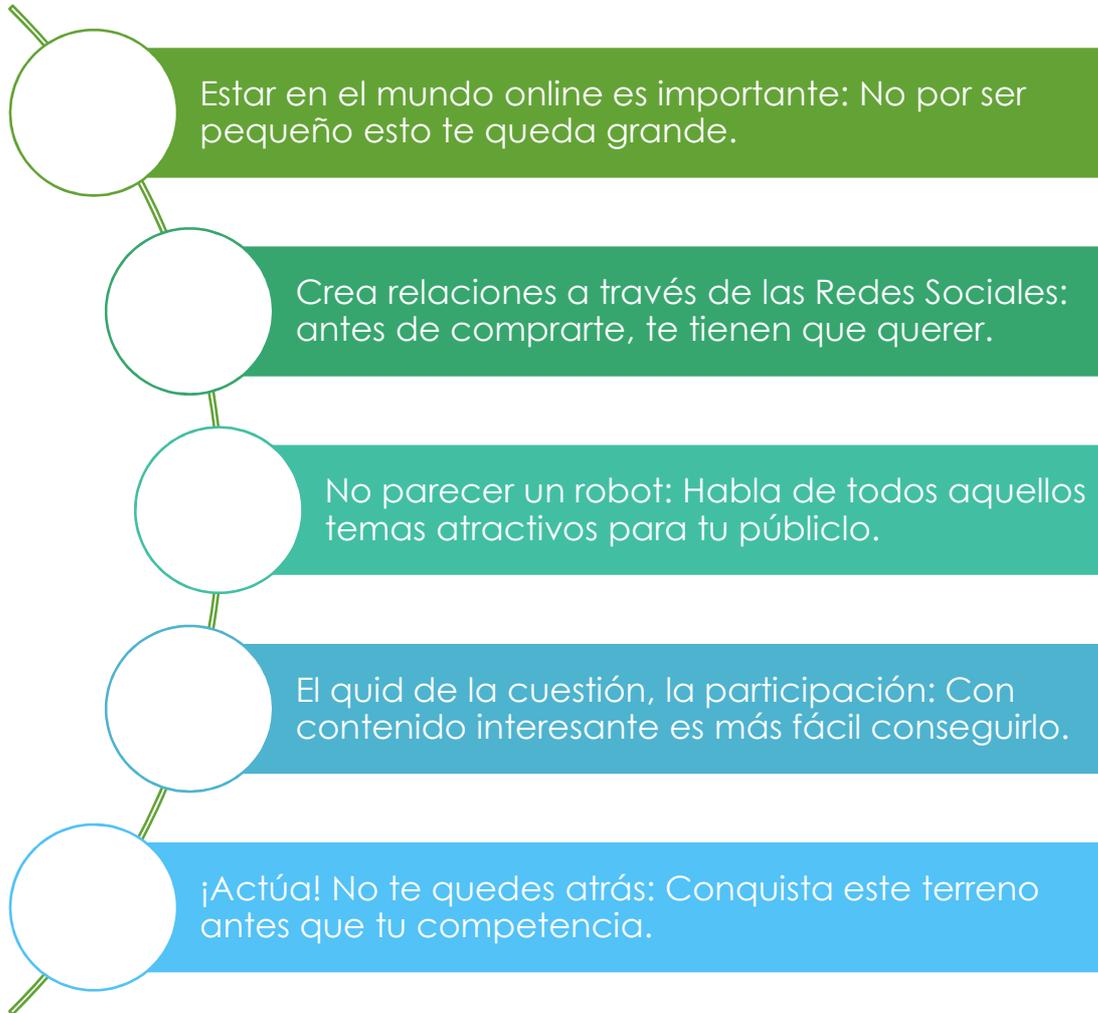
---

## MEDICIÓN

Por supuesto, toda acción de marketing se debe medir, para poder entender qué está pasando. Es decir, semanal o mensualmente, debemos observar a través de Google Analytics

- a. Cuentas Visitas tenemos
- b. Qué tipo de posts gustan más a nuestros visitantes
- c. Qué tipo de comentarios publican

## CONCLUSIONES



## QUIENES SOMOS

---

**DesignSEO** SpA es una empresa de Marketing Digital de Chile orientada al trabajo del Marketing Digital. Diseñamos Sitios Webs, Campañas SEM, SEO y SMM.

Desarrollamos páginas **Web** creativas y profesionales, eficientes y de fácil navegación con orientación al **posicionamiento web o SEO**.

Diseñamos estrategias digitales que abarcan el **Posicionamiento Orgánico**, Campañas **SEM** o **Adwords**, **Facebook Ads** o **Twitter Ads**. Somos expertos y nativos digitales al servicio de nuestros clientes.

Atendemos a clientes en todo Chile y en el extranjero, tanto empresas, particulares y políticos.

DesignSEO SpA

---