

8 Maneras de Contstruir su Marca Utilizando Las Redes Sociales

TABLA DE CONTENIDOS

03	Intro
04	Tip 1 - Determina las metas para su participación en redes sociales
04	Tip 2 - Determina tu marca online Persona
05	Tip 3 - Decida sobre sus plataformas
05	Tip 4 - Obtén un Community Manager
06	Tip 5 - Toma el control de su servicio de atención al cliente
06	Tip 6 - Tener un plan de gestión de crisis predeterminado
07	Tip 7 - Construir Relaciones con los medios
07	Tip 8 - Encuentra Influencers
08	Conclusión



Las redes sociales han cambiado la forma en que funciona todo el mundo

Todos tienen una voz igual y acceso inmediato a vastas redes de amigos y seguidores. Los clientes son voz a voz -a veces apasionados- sobre las marcas, productos y servicios que usan, y lo que les gusta y lo que no les gusta. Para los profesionales de marketing y relaciones públicas, esto no es noticia.

Según un estudio de 2011, el 84 por ciento de los ejecutivos de marcas globales sienten que la sociabilidad de su marca no está a la altura de los estándares de marca de clase mundial. Más empresas, ya sean B2B o B2C, Start Up

o empresa, están integrando las redes sociales en sus planes de marketing en general y dedicando una línea en sus presupuestos para recursos como herramientas de monitoreo y administradores de la comunidad. Su objetivo es aprovechar las increíbles oportunidades disponibles en el espacio social, como la generación de oportunidades y ventas, servicio al cliente en tiempo real y la oportunidad de identificar y trabajar con evangelistas de marca.



8 consejos que Datafull Pro recomienda para ayudar a su marca con las redes sociales:



DETERMINAR METAS PARA SU PARTICIPACIÓN EN MEDIOS SOCIALES

Ponerse en línea sin un plan centrado es problemático en el mejor de los casos y desastroso en el peor. Piensa en los objetivos que quieres alcanzar involucrándote en las redes sociales. ¿Desea tener conversaciones y brindar servicio al cliente? ¿Es usted un minorista que busca impulsar las ventas? ¿Es su negocio altamente visual? ¿Está buscando defensores de marca y personas influyentes para ayudarlo a ampliar su marca? Todos estos deben ser considerados al establecer objetivos. Una vez que los tenga en su lugar, puede planificar su estrategia de redes sociales.



DETERMINA SU MARCA ONLINE PERSONA

Antes de conectarse, descubra cómo traducir su marca en el mundo social. Su empresa ya tiene una marca, por lo que es importante establecer una "voz en los medios sociales" que coincida con la personalidad de su marca.

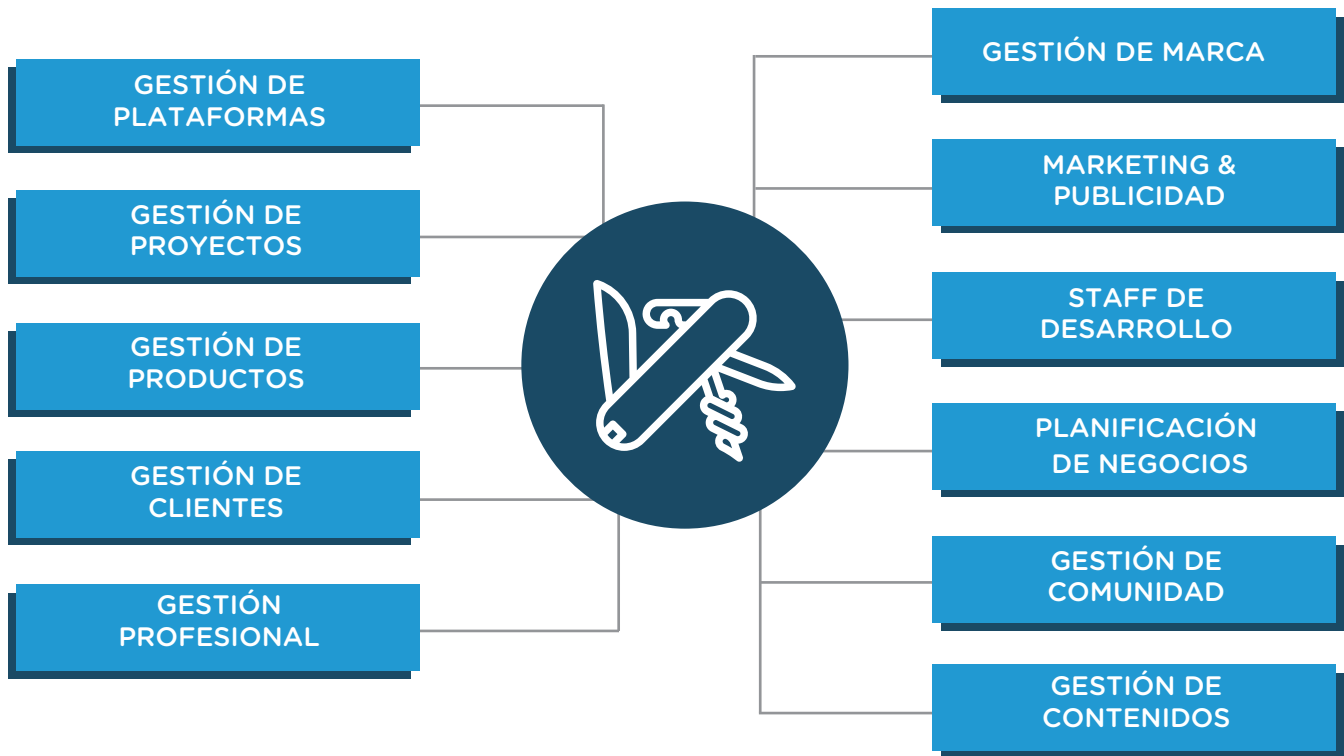
Qué considerar:

- Sus valores o misión: cuál es el enfoque de su empresa; ¿Qué hace diferente a la competencia?
- Su estilo visual y su identidad de marca: su presencia en las redes sociales debe ser coherente con su presencia de medios tradicional y sin conexión.
- Su tono de voz: cómo se comunicará en línea. Los diferentes canales sociales se prestan a diferentes tonos; LinkedIn es más formal que Twitter, por ejemplo.

Una vez que haya decidido cómo va a vivir su marca en línea, considere la posibilidad de crear un manual o documento de referencia. Esto ayudará a crear consistencia entre su presencia en línea y fuera de línea y será un recurso valioso para el servicio al cliente, el alcance de influencia y las comunicaciones de crisis.

Figura 1 | The Online Community Manager

"A Jack of All Trades"



Conclusión

Las redes sociales presentan un enorme potencial para la construcción de marca. La gran mayoría de los ejecutivos globales saben que ya no se trata de socializar sus marcas, sino de cómo hacerlo. Saben que la calidad de la presencia en línea de sus organizaciones es un factor clave para su reputación y éxito general.

Aprovechar las enormes oportunidades de la red social requiere un compromiso en toda la empresa.

Use estos consejos como punto de partida para desarrollar sus propias prácticas de "clase mundial" y crear una marca auténticamente social.