

PLAN REACTIVA

Cómo elegir la red social adecuada para tu negocio



**CÁMARA DE
COMERCIO
DE BARRANQUILLA**

f CamComercioBAQ • t • in @camarabaq

www.camarabaq.org.co

A man with short, dark hair and a light beard is looking down at a smartphone he is holding in his hands. He is wearing a light-colored, button-down shirt. The background is blurred, suggesting an indoor setting. The entire image has a blue tint.

ÍNDICE:

03

Introducción

05

Recomendaciones para elegir la mejor red social para tu negocio

10

Características de las principales redes sociales

10

Facebook

11

Youtube

12

WhatsApp

13

Instagram

14

Twitter

15

LinkedIn

16

TikTok

Introducción

Todos los negocios tienen un mismo objetivo: conseguir compradores. Sin embargo, debido a la coyuntura global las cosas han cambiado aceleradamente, por lo que hoy más que nunca los clientes ya no pueden captarse únicamente a través de los medios tradicionales, ahora resulta indispensable apoyarse en los canales digitales, entre ellos las redes sociales.

Para que tengas una idea del alcance y la importancia de las redes sociales, actualmente casi la mitad de la población mundial tiene cuentas en plataformas como Facebook, Instagram o Twitter.



Estadísticas

de uso de las redes sociales



3,80 billones
de personas tienen
cuentas activas en
redes sociales



49%
de la población
mundial tiene
presencia en las
redes sociales



9,2%
es la tasa de
crecimiento anual
de los usuarios de
redes sociales



3,75 billones
de personas acceden
a sus redes sociales
desde sus teléfonos



99%
de las personas ingresan
a las redes sociales
desde sus celulares.

Fuentes: We Are Social y Hootsuite

Pero existen muchísimas redes sociales, por lo que si estás planteándote llevar tu negocio a alguna de estas plataformas seguro te preguntarás: ¿cuál de todas debo elegir?

Por lo anterior, en este e-book queremos apoyarte a través de una serie de consejos que debes tener en cuenta al momento de escoger la mejor red social para tu negocio.

Recomendaciones para elegir la mejor red social para tu negocio

Revisa los tipos de plataformas existentes

Existen dos tipos de redes sociales: Horizontales y verticales.



Horizontales:

Son aquellas que tienen todo tipo de usuarios, con edades, objetivos, intereses y perfiles distintos. Entre ellas podemos mencionar plataformas como Facebook, Youtube e Instagram.

Verticales:

Son aquellas que congregan a usuarios en torno a temas e intereses específicos, como LinkedIn, Tinder o TripAdvisor.

Con base en esto, evalúa los intereses de tu público objetivo para determinar si está en redes sociales horizontales, o si se trata de un target muy especializado que tiene presencia en las plataformas verticales.



2 Estudia a tu buyer persona

Antes de elegir una red social para tu negocio, primero debes tener claro quienes son tus clientes. Conocer los gustos, intereses, preferencias y necesidades de tu público objetivo es la base para determinar a través de qué red social puedes conectarte con él.

Hazte preguntas como si en su mayoría son hombres o mujeres, qué edades tienen, qué medios suelen utilizar para entrar en Internet (sus teléfonos móviles, ordenadores, tablets), etcétera.

Ten en cuenta que en la medida que elijas la red social adecuada, tendrás mayor posibilidad de alcanzar a tus potenciales clientes y el engagement con tu audiencia será mayor.





3 Analiza el tipo de contenido que vas a publicar

Piensa muy bien qué tipos de contenidos vas a publicar, teniendo en cuenta que estos deben agregar valor para tu público objetivo.

Ten presente que los usuarios están saturados de información a través de las redes sociales, por lo que debes asegurarte de ofrecerles contenidos que satisfaga una necesidad real.

Enfocarse únicamente en vender hablando de los beneficios de los productos o servicios es uno de los errores más comunes que se observan en redes sociales.



4 Determina el formato de contenidos más acorde a tu negocio

Una vez que tienes claro el tipo de contenidos que quieres compartir, es importante que determines en qué formato los presentarás. Y esto está muy vinculado con tu tipo de negocio.

Por ejemplo, si tu empresa comercializa artículos de maquillaje, los tutoriales sobre cómo crear diferentes estilos de maquillaje seguramente serán un éxito.

Por otro lado, si tu negocio es un restaurante, la mejor forma de llamar la atención es abriendo el apetito de tu público con fotografías y videos llamativos sobre tus preparaciones.

Ahora bien, si tu empresa está relacionada con el área veterinaria, los tips en captions o carruseles sobre cuidados a las mascotas, serán una muy buena opción.

Tener claro el tipo de contenido que ofrecerás es determinante al momento de elegir una red social.



5 Analiza a tu competencia

Toda acción en marketing digital conlleva un análisis interno y externo. En este caso la revisión externa debe llevarte a conocer muy de cerca cómo actúa la competencia a través de las redes sociales.

El objetivo de este análisis no es replicar las acciones de tu competidor, sino identificar las fortalezas y debilidades. Esto te dará un panorama más claro sobre los puntos fuertes que debe tener tu estrategia en redes sociales y los errores que debes evitar cometer.

6 Piensa en tu público objetivo

Ponerse en el lugar del cliente o prospecto resulta muy útil para determinar cuál es la red social más indicada para conectar con tu público objetivo.

Hazte preguntas como: ¿Qué te gustaría ver? ¿En qué red social estarían tus intereses? ¿Cómo te gustaría ver las publicaciones? ¿A que horas te conectarías con más frecuencia? ¿Desde que dispositivo mirarías las redes sociales?

Responder a este tipo de preguntas te ayudará a tomar una buena decisión.

Características de las principales redes sociales

Para ayudarte en tu proceso de decisión, a continuación de detallamos cuáles son las redes sociales más usadas, sus tipos de público y sus principales características:



Facebook

Audiencia: Facebook cuenta con más 2.400 millones de usuarios activos, mujeres y hombres en proporciones similares. Llega tanto a generaciones jóvenes como adultas, sin embargo, la mayor audiencia tiene entre 25 y 34 años.

Características:

- Permite generar relaciones dinámicas con los clientes, a través de actualizaciones frecuentes y ajustadas a sus necesidades.
- Los perfiles en esta red social pueden usarse como extensiones de páginas web.
- Permite monitorear tu actividad para obtener información sobre qué acciones arrojan mejores resultados.
- Permite hacer análisis de datos con informaciones demográficas, personalización y número de conexiones ilimitadas.

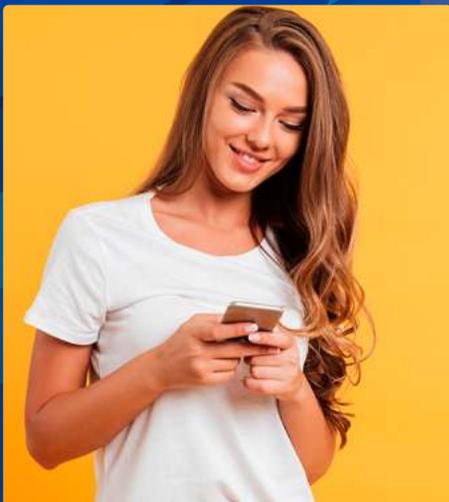


YouTube

Audiencia: YouTube cuenta con más de 2.000 millones de usuarios en proporciones similares de mujeres y hombres, pero se segmenta más por edad: 45-54 años (30%), 35-44 (22%) y 25-34 (18%).

Características:

- Ideal para productos que pueden promocionarse mejor a través de tutoriales y demostraciones.
- Canal para llegar a clientes que prefieren ver videos antes que leer contenidos.
- Es un excelente canal para las marcas que pueden producir contenido audiovisual de alta calidad.
- Tiene gran autoridad frente a las herramientas de búsqueda, permitiendo que los contenidos publicados tengan una mayor probabilidad de atracción de visitantes calificados por el canal.



WhatsApp

Audiencia: WhatsApp es la tercera red social más usada del mundo, con más 1.400 millones de usuarios en todo el planeta. En cuanto a la segmentación por edades, 39% de los usuarios tiene entre 31 y 45 años, 31% de 16 a 30 y 30% más de 45 años.

Características:

- Tiene un formato para empresas que permite personalizar la comunicación y tener un contacto más cercano con clientes actuales y potenciales.
- Puede ser una magnífica herramienta para mejorar el soporte y atención hacia los clientes.
- Al ser un servicio de mensajería, los usuarios ingresan constantemente a esta aplicación.



Instagram

Audiencia: Instagram es la red social que más crecimiento ha experimentado en los últimos años y actualmente cuenta con casi 900 millones de usuarios. Es una de las plataformas preferidas por los jóvenes, considerando que 71% de su comunidad tiene menos de 34 años.

Características:

- Se basa en la publicación de imágenes y videos cortos.
- Es ideal para mostrar novedades, servicios, productos, eventos, y demás información de una forma visual.
- Se está consolidando como **una de las mejores redes sociales para empresas B2C.**
- Es la red social preferida por las empresas de los siguientes sectores: moda, salud y bienestar, belleza, automóviles, viajes, eventos, manualidades, alimentación, comercio electrónico, fotografía y deportes.



Twitter

Audiencia: Twitter cuenta actualmente con más de 330 millones de usuarios activos, de los cuales la mayoría son mujeres (62%). Desde el punto de vista etario, el 71% de las personas que usan el canal tienen entre 25 y 54 años.

Características:

- Es excelente para generar conversaciones entre marcas y seguidores en tan sólo 280 caracteres.
- Funciona como un canal directo, simple y con gran interacción.
- Es una excelente herramienta para conocer de qué está hablando la gente y hacer investigaciones de mercado.
- Permite dar respuesta directa a dudas de clientes, críticas y brindar servicio al consumidor.
- Ideal para aquellas empresas que no disponen del tiempo para estar permanentemente conectadas, pero que no quieren renunciar al trato cercano con sus seguidores.



LinkedIn

Audiencia: LinkedIn tiene más de 310 millones de usuarios activos, de los cuales 59% son hombres y 41% son mujeres. La mayoría de su audiencia tiene entre 25-34 años.

Características:

- Es una red profesional que posibilita la búsqueda de nuevos clientes y profesionales.
- Permite relacionarse con marcas o crear círculos de contactos.
- Refuerza la posición como compañía relevante.



Tik Tok

Audiencia: Tik Tok es una de las redes sociales que ha experimentado mayor crecimiento en el último año y a la fecha cuenta con 150 millones de usuarios activos. Está considerada como la plataforma preferida de los adolescentes y los jóvenes, tomando en cuenta que la mayoría de sus adeptos tienen entre 16 y 24 años.

Características:

- Si tu negocio está enfocado hacia un público muy joven esta es una de las redes que debes explorar.
- Esta plataforma permite la creación de videos verticales de hasta 60 segundos, por lo que su formato es muy dinámico y netamente audiovisual.
- En cuando a la interacción, la plataforma permite conseguir likes, compartir videos y dejar comentarios.



Queremos ayudarte a reactivar tu negocio

www.camarabaq.org.co

Síguenos en redes sociales

