

LAS
HERRAMIENTAS
VIRTUALES PARA
VENDER TUS
PRODUCTOS



Lo positivo de las redes sociales

Compartir la visión de la empresa o el negocio

- Pueden ser una vitrina para las empresas para mostrar la visión del negocio.

Personalización del mensaje y la interacción con el cliente.

- Se puede tener una relación mas directa con el cliente con el potencial cliente.

Posibilidad de segmentación de publico.

- Las publicaciones las puedes adecuar de acuerdo al publico al que te diriges en el rango de edad que pueden ser tus clientes.

Poder saber mas sobre cada uno de los clientes

- Las personas comparten sus gustos y otra información que puede ser valiosa para las empresas a la hora de acercarse al publico objetivo.

Posibilidad de vender en estos canales

- De la misma forma en que se relacionan con su publico es posible usarlas para vender sus productos o servicios.

Claves para una buena estrategia de marketing digital



Para comenzar a trazar una estrategia de marketing en Internet es necesario tener muy claros una serie de conceptos y claves que van a ser determinantes para obtener resultados:

1. **Diferénciate y personaliza:** La competencia es feroz, identifique que los hace diferente y sácale provecho para ganar presencia y clientes a los que les puedas ofrecer un producto mas personalizado.
2. **Objetivos claros y realistas:** Fija objetivos realistas y revísalos de forma periódica para ver si estan en la dirección correcta.
3. **Apóyate en las herramientas TIC:** Promoción en Redes Sociales, análisis de la competencia, concursos y eventos online o en redes sociales, email marketing, estos conceptos deben ser parte del día a día en internet.
4. **El futuro está en el sector móvil:** La mayor parte del trafico se genera a través del smartphone y las tablets por lo que todo debe adaptarse a estos formatos.
5. **Apuesta por el contenido:** Un blog corporativo, con contenidos que se renuevan de forma periódica, que se enlazan a redes sociales y que muestran tus productos mejoran tu presencia y visibilidad en la Red.

¿Cuándo es mejor publicar en redes sociales?

- Cada segmento y público tienen comportamientos diferentes y usan el sentido común para realizar las publicaciones.
- Estudien a la competencia para saber que es lo que mejor les funciona o le pueden preguntar a los usuarios directamente.
- Prueba publicando los miércoles y los fines de semana que según los estudios son los días de mayor tráfico en las redes sociales.
- Se debe analizar el mensaje que se está transmitiendo en las redes sociales para determinar si es el indicado para la audiencia y para el producto o servicio.

INSTAGRAM

- Desde su lanzamiento en 2010 la plataforma ha crecido a convertirse en una de las más importantes de la historia.
- El enorme éxito que ha tenido desde su creación se debe a que es visualmente atractiva, centra su atención en la experiencia del usuario y continuamente se esta actualiza para ofrecerle al usuario nuevas características que los mantienen cautivos.
- Así se trate de una marca de moda o una empresa de tecnología, la plataforma permite incrementar el reconocimiento, atraer a la audiencia adecuada y convertir el contenido visual en ventas.
- A medida que más y más organizaciones buscan hacer crecer su presencia en Instagram.





La interacción es una de las mediciones más importantes y que más revelan en Instagram por dos razones:

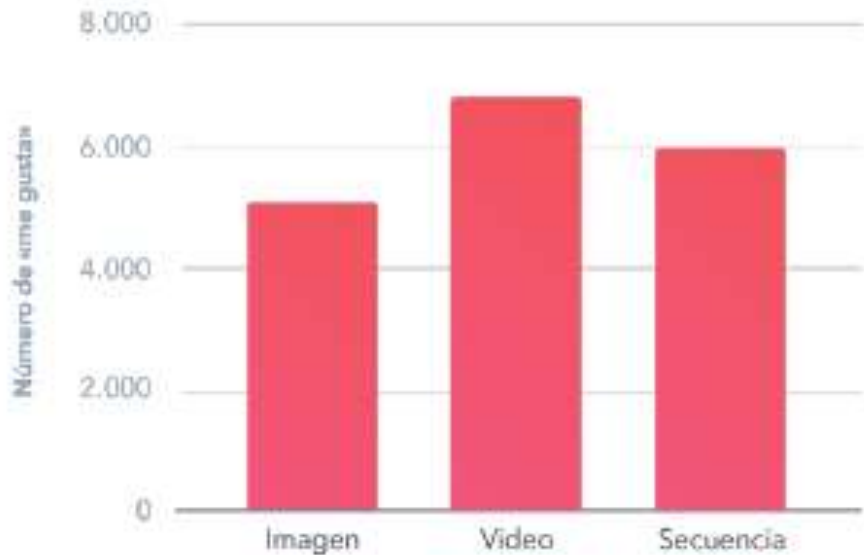
- Permite identificar si tu contenido está atrayendo a los usuarios y si este contenido es relevante para ellos.

La interacción la podemos definir como la cantidad de veces que un usuario interactúa con tu contenido, en general puede ser a través de un me gusta o con un comentario.

Con el IGTV las interacciones ahora incluyen el número de visualizaciones que hace el usuario, la cantidad de veces que comparte el contenido o la cantidad de veces que mandan un mensaje directo.



Número promedio de «me gusta» por publicación



- ❖ Las publicaciones de videos son las que reciben mas “me gusta”.
- ❖ Los videos son los que mas generan interacción entre las redes sociales.
- ❖ Los videos reciben un número de comentarios significativamente mayor que los otros tipos de publicaciones. En promedio, más que el doble que las publicaciones de imágenes estáticas.
- ❖ Si tu objetivo es aumentar la tasa de interacción en Instagram debes centrar tus esfuerzos en publicar mas contenidos de video.



57 9 19

- ❖ Crea videos más permanentes e historias de Instagram, y aprovechar la sección Historias destacadas de tu perfil.
- ❖ Los videos publicados deben tener un hilo conductor o una relación con el contenido publicado. No se trata de publicar por publicar.
- ❖ Se puede publicar una combinación equilibrada de imágenes, secuencias y videos de manera regular y aún así se puede generar una interacción general estable.



- ✓ Los hashtags se agregan el pie de foto o los comentarios de una publicación para agrupar el contenido según el tema.
- ✓ Estos son palabras clave que los usuarios pueden usar para buscar publicaciones específicas.
- ✓ Le dan contexto a una publicación.
- ✓ Estos pueden ser una manera eficaz de exponer el contenido a nuevas audiencias interesadas en un tema en particular.
- ✓ No se deben utilizar mas de 5 hashtags por publicación.

The image displays two advertisements with annotations. The left advertisement is a Spotify Premium promotion. It features a red background with a white piano keyboard graphic. The text reads: "spotify Publicidad", "Última semana de Premium por 0,99 €.", and "Todo lo bueno se acaba." Annotations include "URGENCIA" with an arrow pointing to the "Última semana" text, and "PRECIO BAJO" with an arrow pointing to the "0,99 €." text. The right advertisement is a "Write to Sell" promotion. It features a white background with a clock icon and a fountain pen icon. The text reads: "maider tomasena Publicidad", "ÚLTIMO AVISO Esto se acaba...", and "ESCRIBIR PARA VENDER". Annotations include "ICONO CON ALUSIÓN AL TIEMPO" with an arrow pointing to the clock icon, and "URGENCIA" with an arrow pointing to the "ÚLTIMO AVISO" text.

hp hpespana Publicidad

Portátiles desde 199€

An advertisement for HP laptops. The background is black with several large, semi-transparent orange circles. A silver HP laptop is shown from a three-quarter view, open. The text "Portátiles desde 199€" is in white, with "199€" underlined.


Comprar >

249 Me gusta

hpespana -15% en Portátiles
● Oferta Black Friday ●

hp hpespana Publicidad

Monitores desde 85€

An advertisement for HP monitors. The background is black with several large, semi-transparent orange circles. A silver HP monitor is shown from a front-three-quarter view. The text "Monitores desde 85€" is in white, with "85€" underlined.

Comprar >

249 Me gusta

hpespana -15% en Monitores
● Oferta Black Friday ●

hp hpespana Publicidad

15% dto. en toda la tienda

An advertisement for a 15% discount. The background is black with several large, semi-transparent orange circles. A silver HP laptop, a silver HP tower PC, and a silver HP monitor are shown. The text "15% dto. en toda la tienda" is in white, with "15%" underlined.

Comprar >

249 Me gusta

hpespana 15% dto. en HP Store
● Oferta Black Friday ●

Como es el Cliente ideal



- Para crear un contenido efectivo y lograr obtener resultados en tu redes sociales tienes que establecer cuales son las características de tu cliente ideal:

- Nombre
- Edad
- Trabajo
- Ingresos estimados
- Intereses
- Dia típico (en que horario utiliza las redes sociales)
- Deseos y necesidades (como tu negocio va a satisfacer esto)
- Preocupaciones (y como las puedes aliviar)

Por qué elegir Facebook

Por qué deberías utilizar anuncios

- **Con los anuncios te diriges a la audiencia correcta con el contenido apropiado en el momento que es.**

Como hallar tu audiencia objetivo

- **Creando tu anuncio tienes la oportunidad de elegir las opciones de segmentación exclusivas de Facebook que te permitirán llegar a tu audiencia ideal.**

- Las imágenes son las responsables del 75-90% del rendimiento de un anuncio.
- Las imágenes son lo primero que notará la gente sobre tu publicación.
- Dependiendo de la estrategia que vayas a llevar a cabo es posible que al principio necesites mostrar contenido educativo previo.





Situación publico objetivo + Problema + Solución



Este es un ejemplo de un anuncio en Facebook para conseguir leads, estos leads pueden convertirse en una venta.

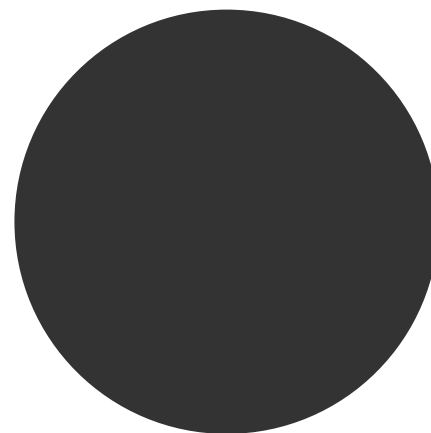
Como crear un anuncio en Facebook



5 Consejos para incrementar las ventas online

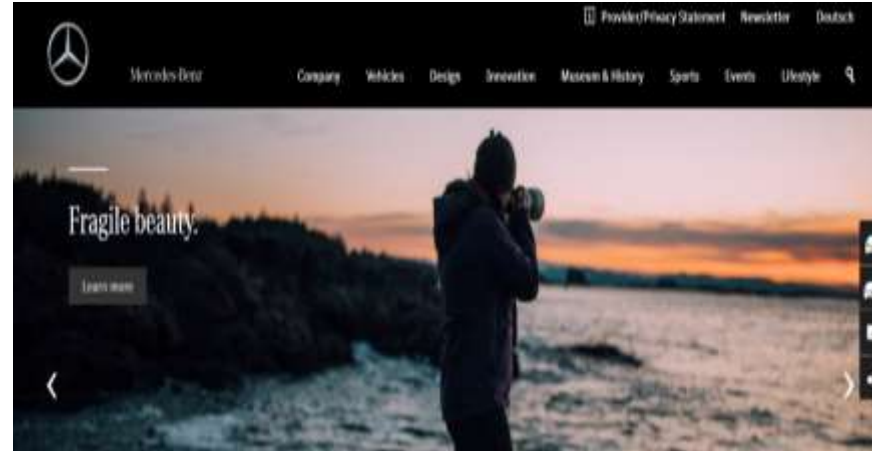
1.

- Identifica la ventaja competitiva de tu empresa, producto o servicio.
- Descubre que tienes de especial que es lo que te hace diferente, porque deberían comprarte a ti y no a la competencia.
- Cuales son tus puntos fuertes y tus puntos débiles.



2.

Crear una conexión emocional con los clientes.



Aplicar las emociones en los mensajes comerciales es una de las mejores formas de humanizar a una marca. Conseguir transmitir algo a los usuarios a través de la historia hará que sientan la marca más cercana, más humana y más confiable.

Apóyense con el uso de graficas, imágenes, fotos, videos que transmitan la idea central de su marca.

OPTIMISTA	CLARO CÁLIDO
AMIGABLE	ALEGRE CONFIANTE
EMOCIONANTE	JÓVEN ATREVIDO
CREATIVO	IMAGINATIVO SABIO
CONFIABLE	SEGURIDAD PODER
PACÍFICO	NATURALEZA SALUD
NEUTRO	SOFISTICADO SERIO


 suka media



GUIA EMOCIONAL DE LOS COLORES

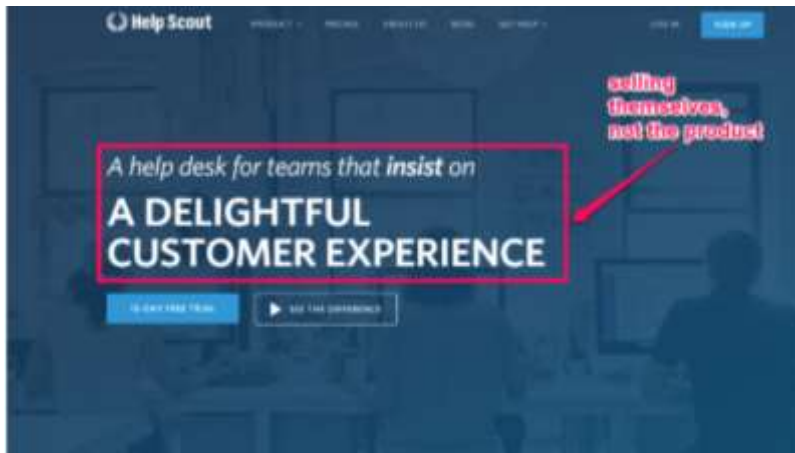
3.

Descubre que esta buscando el cliente y dáselo.

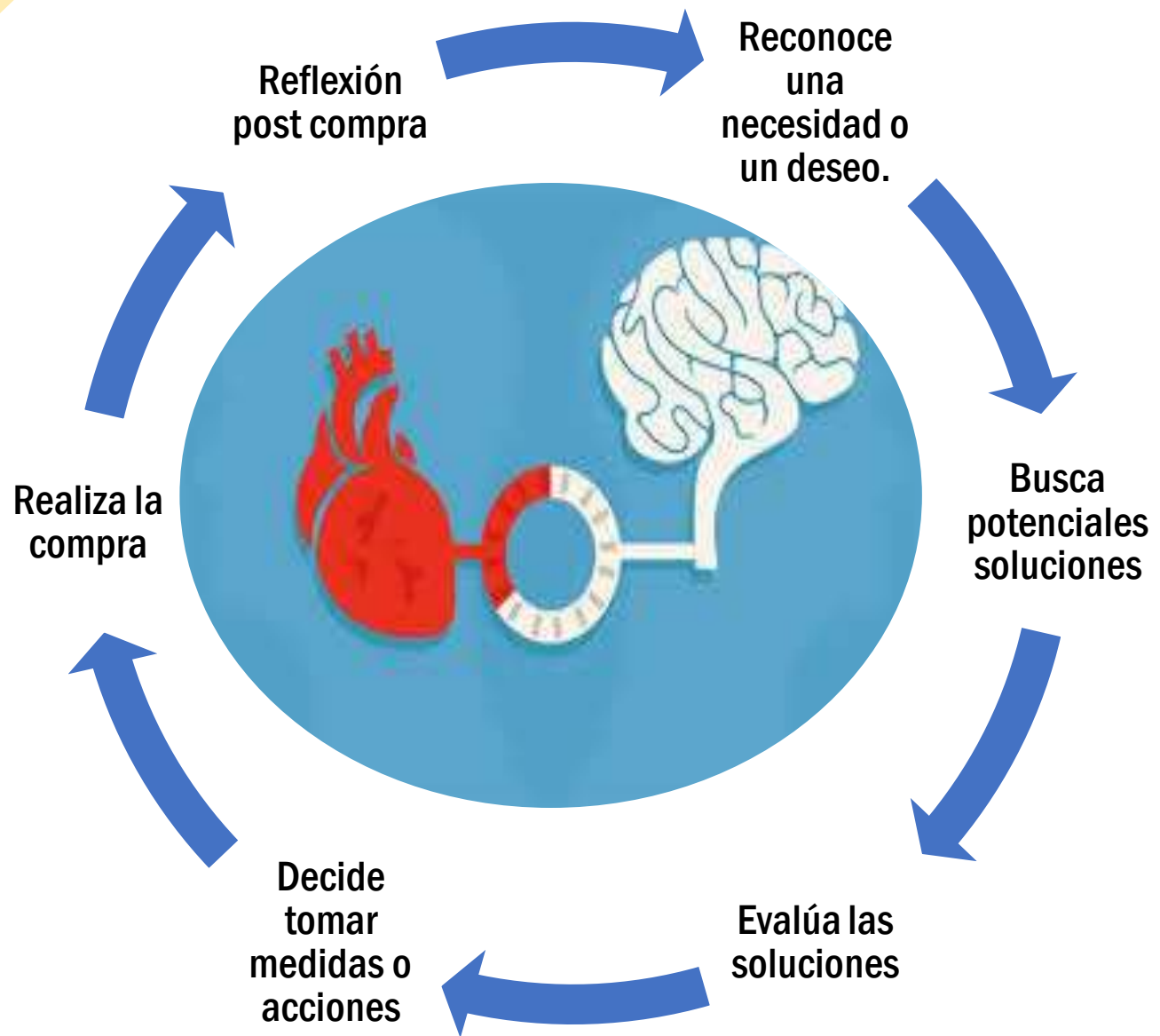
Comienza con los beneficios mas fuertes del producto o servicio esto le transmitirá al consumidor que ellos son importantes para la empresa y que sabes lo que quieren.

Al vender con los beneficios que tu empresa, producto o servicio proporcionan estas siendo transparente con tus consumidores.

Las personas buscan una solución a sus necesidades. Las personas no buscan productos ellos buscan una versión mejor de ellos mismos.



Aquí se ven a ustedes mismos y no simplemente su producto.



4. Ofrecer muestras gratis de los productos o servicios



- Los consumidores han visto casi todo y más en las redes sociales pero siguen siendo curiosos por naturaleza.
- En vez de presentarles un descuento, los invitas a hacer algo para descubrir una muestra gratis.
- Creas una campaña de expectativa y más de uno no resistirá entrara para ver de que se trata.
- Si no quieres darle la muestra gratis juega con eso y al menos dales como beneficio el envío gratis.
- El envío de un muestra gratis de tu producto es una herramienta muy efectiva de branding.

5.

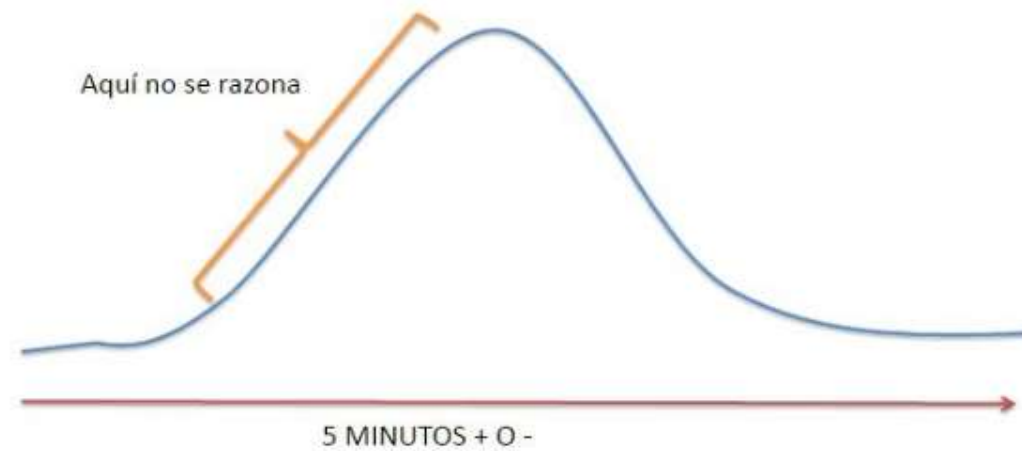
Presta atención a las quejas, reclamos y sugerencias de cada uno de tus clientes y bríndales una respuesta rápida a su solicitud.



- El teléfono de atención al cliente debe estar en un lugar visible.
- Anima a tus clientes a que lo utilicen durante su proceso de compra ante cualquier duda.
- Además del teléfono y el correo electrónico utiliza tus redes sociales (Facebook, Twitter) como punto de atención al cliente.
- Diseña tu estrategia de atención al cliente
- Identifica los motivos de queja o consulta mas frecuentes para poder brindar respuestas rápidas.

GESTIONAR A UN CLIENTE ENFADADO

CURVA DE HOSTILIDAD



En los primeros momentos de la conversación el cliente necesita darle salida a su frustración. Durante esta fase es imposible razonar. Lo más indicado es escucharlo y brindarle empatía se le pide que nos cuente que le pasa y cual es el problema.

Las palabras mágicas durante la conversación son “lo siento” esto no quiere decir que le estemos dando la razón simplemente que sentimos que se haya enfadado.