

Social Media Marketing



El **Social Media Marketing** se traduce como la **mercadotecnia en los medio sociales**. Se trata de alcanzar objetivos que serán diferentes y propios a cada empresa, sin embargo se destacan los siguientes: llegar a tener una **comunicación viral** para crear una idea, **posicionarse entre los primeros**, **incrementar la visibilidad** e incluso **vender un producto**. Para ello, se utilizan medios como: **foros, blogs, agregadores e intercambiadores de contenidos, redes sociales, microblogging**, entre otros.

El interés y, al mismo tiempo el riesgo del Social Media es la **interacción entre la empresa anunciante y el cliente**. La consecuencia de ello, es a veces positiva o negativa; en ambos casos la marca debe **tomar decisiones estratégicas para fomentar las ideas favorables a la empresa o resolver las dudas** de los clientes menos favorables. Es decir que se debe gestionar **crisis de reputación, identificar los prescriptores**, ...

Los **administradores o gestores de redes sociales** son los que se encargan de **gestionar la comunidad**. A diferencia del **Marketing Tradicional**, la comunicación con el **público objetivo es continua** y ofrece una **dimensión mundial**. La **relación se construye a lo largo del tiempo**, se trata de conocer el **perfil del público objetivo**, hacer comunicaciones y **analizar sus**

reacciones, se le incluye en la **política de la empresa** y **también en la producción de la empresa**.

Efectivamente, en el modelo de [Facebook](#), se trata de empresas que se anuncian a través de **banners**, de una **página a su nombre** para obtener **fans** que hablen sobre la **marca**, que, por lo tanto será visible para otros fans en el país y en demás países.

Ahora bien, hoy en día viene otro nuevo modelo como es [Waze](#) (aplicación GPS, recién comprada por Google) o [Tripadvisor](#); en los que existe una **comunidad que tiene un papel importante** que consiste en **expandir la marca a través de sus contactos** de 1er, 2o y 3er grado y también, el de **producir contenido para la empresa** como situar obras, nuevas carreteras, ... en el caso de Waze, o nuevos restaurantes, nuevas opiniones en el caso de Tripadvisor.