

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.

6 Herramientas Foto Simples Para Crear Contenido Visual

¿Estás incluyendo **imágenes** en tu **contenido** en **social media**?

¿Estas buscando **herramientas** fáciles de usar que te permitan la creación de imágenes / fotos en tu **estrategia de contenido**?

Si la idea de usar **Photoshop** te eriza, o si no puedes recurrir a un diseñador gráfico; existen muchas alternativas fáciles y económicas para crear la **gráficos e imágenes**.

En este artículo, le mostraré **6 instrumentos fáciles** que le ayudarán a crear imágenes convincentes para medios de comunicación sociales.

1.Utilizar EL Editor De Foto PicMonkey Para Pasar De Imágenes

Buenas A Excelentes

[PicMonkey](#), en su versión gratuita, ofrece una amplia variedad de **marcos, efectos especiales y tipos de fuente** para escoger. Con un simple clic se **corta, recorta, redimensiona fotos**, también se les añade **texto, iconos**. También disponen de un [blog](#) en el cual publican **tutoriales** para crear imágenes.



Con la opción de pago se consiguen funciones adicionales que incluyen más marcos y efectos de foto.

[PicMonkey](#) es una gran solución para todo tipo de imágenes de comunicación social. La herramienta ofrece la posibilidad de **crear gráficos, banners, botones, para cuentas de red social como Facebook.**

2. Expresarse A Través De Fotos y Creaciones en LiveLuvCreate

[LiveLuvCreate](#) es un sitio web de creación de imagen que más de uno encontrará fácil de usar.

Con [LiveLuvCreate](#), se escoge entre una variedad de formatos pre-diseñados: desde una imagen o un **fondo**, hasta un gráfico. También se pueden elegir imágenes desde el ordenador propio o escoger de la biblioteca de LiveLuvCreate.

También hay hasta **tres áreas para añadir texto** con una amplia gama de **tipos de fuente, colores y estilos.**

Otra configuración adicional posible es la **selección de fronteras, filtros y efectos de foto para mejorar la imagen.**



Y lo mejor, es que una vez acabada la creación se puede **compartir en Pinterest, Tumblr, Twitter y Facebook**; o descargar directamente la imagen en la **biblioteca propia**.

3. Cree Sus Propios Diseños con Canva

[Canva](#) es un programa gratis y completo en cuanto a publicación de imágenes. Ofrece múltiples posibilidades como la creación de : **presentaciones, carteles, tarjetas de visita, invitaciones, fotos de cubierta de Facebook e imágenes de blog.**



Al tener una cuenta en Facebook, **Canva puede sacar las fotos subidas en Facebook**. También se pueden cargar gráficos propios, creaciones propias desde el mismo ordenador, o comprar imágenes de la biblioteca de imagen de Canva (la mayor parte de imágenes cuestan 1\$).

Además, Canva propone otra función que es la **colaboración con otros usuarios**, lo que es interesante en el momento de compartir o editar imágenes con alguien más.

Canva es actualmente bajo la versión beta, pero se puede reservar un username y dado de alta en una lista de espera. Entonces, se puede probar a Canva una vez ganado el acceso a la versión beta.

4. Utilizar El Programa De Edición De Imagen Desde Paint.NET

Si lo que se busca es **Photoshop**, entonces se puede contemplar **Paint.NET** como una alternativa seria.

Paint.NET es un programa que se descarga gratuitamente y ofrece muchas funcionalidades parecidas a Photoshop.

Es un sistema que también utiliza el **concepto de capas**, tiene ilimitadas posibilidades incluyendo efectos especiales, **retoques** en caso de ojos rojos, y todo eso con una **gran calidad**. También se dibujan formas, añadir el texto y **colorean** imágenes con Paint.NET.



Dado que Paint.NET es un programa gratis, dispone de una **comunidad de usuarios** a través de la cual se busca ayuda, soluciones, para poder utilizar el programa lo mejor posible. Existe un [forum](#) en línea de Paint.NET con ayuda, tutoriales y **plug-ins**.

5. Diseñar Presentaciones Únicas Con PowerPoint

Quizás se pueda ver **Powerpoint** como una sorpresa en esta lista de herramientas de edición de imágenes. Como muchos programas, ha evolucionado mucho desde su creación y ahora, propone muchas configuraciones diferentes para publicar contenido visual en social media.

Cualquier **diapositiva** de PowerPoint se puede guardar en un sólo clic como foto o imagen en un formato **JPEG** o **PNG**. Consiste en seleccionar la opción guardar como imagen, seleccionar el formato deseado (Jpeg o PNG). PowerPoint entonces pregunta si se quiere exportar todas las diapositivas o solamente una. Por lo que seleccionando una, sabemos que podemos crear imágenes para publicar en **blogs, redes sociales**, entre otros.

Y un modo fácil para hacer **cubiertas de Facebook**, es la **plantilla** Facebook para PowerPoint con [Tabsite's Facebook](#).



Tabsite's es un "template" gratuito que proporciona **dimensiones** de las diferentes **zonas** en Facebook (foto de perfil, foto de portada, ...); por lo que se pueden crear diseños adaptados al portal.

6. Hacer Atractivos "Collages" Con PicCollage

En social media no hay que olvidar que las imágenes son una obligación. Cuando se quiera incluir **creatividad** a este contenido visual, se puede recurrir a [PicCollage](#).

PicCollage es un aplicación para **iPhone, iPad y dispositivos de Android**.

Una vez que descargada la **aplicación**, se utilizan las fotos de la cuenta Facebook o una película guardada en la biblioteca

del **móvil**, para crear collages.

Se selecciona un fondo proporcionado por PicCollage, se añaden fotos, texto y etiquetas a la imagen. PicCollage también le permite redimensionar, girar, editar y suprimir cualquiera de las creaciones. Cuando el “collage” está acabado, se puede compartir con **Facebook, Twitter e Instagram**.

PicCollage es perfecto para crear **display atractivos** para diferentes **eventos**, una cena de empresa, una conferencia. También sirve para poner en relieve una frase favorita, rodeándola con imágenes.

Con un poco de creatividad y la ayuda de PicCollage se puede aportar un toque personal a un negocio.



En Conclusión

Antes de tener llegar a poder contratar los servicios de un diseñador gráfico o de llegar a utilizar Photoshop; se puede recurrir a las alternativas anteriormente descritas para poder compartir contenido en social media.

Cuando se tenga que crear gráficos o imágenes, estas herramientas aportan una ayuda considerable para tener el trabajo hecho.

Qué te parece este post y las herramientas que destaca ? Puedes proponer herramientas que no están contempladas en este post y que son útiles y fáciles de uso?

Marketing Online Y Gestión De Clientes



Se acaba la parte de **Captación de clientes** en la que vimos las diferentes maneras de **ser visibles en internet** para una empresa.

El Marketing Directo 2.0

Efectivamente una de las **técnicas** es apoyarse en las bases ya existentes del **Marketing tradicional**, para crear, elaborar, desarrollar, lanzar y ajustar una buena **estrategia de Marketing** que valdrá tanto para el entorno de **comunicación tradicional**, como para el **contexto digital**. Es importante que el **anunciante** (siempre en función de su **público objetivo**) este presente de manera complementaria en el **On** y en el **Offline**.

SEO (Search Engine Optimization)

Se trata de una **técnica gratuita de posicionamiento a través de la semántica**. En **internet**, el **comportamiento** de la mayor parte de los usuarios ante una duda es acudir al **motor de búsqueda** (**Google, Yahoo!, MSN, etc.**), cuanto mejor es el posicionamiento de una empresa, mayor serán los clics hacia su

página. Para conseguir esto de manera gratuita, ahora si a medio, largo plazo se recurre a un análisis exhaustivo de **palabras claves**, de temas para ser **relevantes**, y así responder de manera **cualitativa y cuantitativa a lo que busca el "target"**.

SEM (Search Engine Marketing)

Técnica de posicionamiento **de pago**. La campaña se concretiza con **"banners" en zonas destacadas** de los motores de búsqueda o de las páginas webs de interés. El posicionamiento se obtiene pagando y a corto plazo.

Marketing de afiliación

Técnica en la que se encuentran el **anunciante**, el **afiliado** y la **plataforma de afiliación**. Los afiliados se apuntan en la **base de datos** de la plataforma de afiliación que propondrá **webs o blogs afiliados** al anunciante que seleccionará un afiliado para publicar su campaña de comunicación a través de "banners", entre otros. Se negocia el **tipo de comisión** entre el afiliado y el anunciante, por ejemplo, **un porcentaje del importe del producto o servicio por cada venta realizada**.

E-Mail Marketing

Se envía la comunicación de la empresa / marca vía base de datos e-mail, sms, o mms.

Marketing móvil

La empresa anunciante diseña una web con formato **"responsive"** que se adapta a **dispositivos móviles**. Se hace visible en **geolocalización** y en **redes sociales**. Por último, incluye el **m-commerce** para que el usuario tenga todas las comodidades para pagar de forma rápida y sencilla.

Después de incluir todas estas estrategias en la estrategia Marketing, la empresa obtendrá sus clientes. En los próximos posts veremos cómo gestionar estos clientes proporcionados por

el marketing digital.

El Comercio Móvil o “M-Commerce”



El “m-commerce” o **comercio móvil** se define como el “e-commerce” o comercio electrónico habilitado en **dispositivos inalámbricos, móviles, ya sean “Smartphones”, “Tablets”, Portátiles, ...**

Funcionamiento

Primero se hace una **campaña de comunicación** sobre un **producto** o **servicio**. La campaña puede ser vía **banners** que aparecerán en los sitios visitados y de interés del **público objetivo, e-mail** (con una “**newsletter**” por ejemplo), **sms** o **mms** (informando sobre una **promoción** en fechas determinadas sobre un producto concreto).

La **comunicación** tiene que ser **visible** tanto en **formatos internet** para **pantallas tradicionales**, como en las pantallas de **dispositivos móviles**. El m-commerce, tiene una peculiaridad a tomar en cuenta que es el **tamaño**, las **dimensiones** de las

pantallas, que **no son ni proporcionales, ni de igual forma, ni equiparables a las pantallas convencionales**. La consideración de este criterio es imprescindible, para **facilitar la lectura del usuario**, para que la campaña del **anunciante** sea exitosa.

Por otra parte, observamos que la **comunicación móvil**, al ofrecer menos espacio, tiene que ser más sencilla, más clara, más rápida; por lo tanto más directa. En este caso, el **“call to action”** es casi obligatorio; todavía más cuando el objetivo de la campaña es el **aumento de las ventas o de la base de datos**.

Una vez el usuario tenga **visibilidad en la marca** y haga clic en la llamada a la acción, entonces estará redirigido:

- A la **aplicación móvil** de la empresa anunciante, donde obtendrá toda la información y la forma de **comprar online**.
- O al **portal internet** de la marca, también llamado **“m-site”** o **web móvil**, que le ofrecerá las mismas funcionalidades que la aplicación.

La **diferencia** entre una aplicación y una web está en la **manera de acceder**. La aplicación primero se tiene que **descargar** desde un **“store”** o tienda online, para aparecer en el dispositivo móvil de manera permanente (hasta que el usuario decida eliminarla). Después de la descarga, se tendrá la posibilidad de acceder a la marca, en un sólo clic en la aplicación. El **sitio web móvil**, no necesita descarga previa, ahora no aparecerá visible en el dispositivo. El usuario deberá acceder al portal de la marca, **entrando primero en un navegador** y entrando la dirección de la marca en la barra de navegación (o realizando una **búsqueda**, entonces existirá el riesgo de que prefiera consultar la marca competidora).

El Impacto Del Móvil En Internet

El **impacto del móvil en internet** y en nuestras vidas, ha sido tan revolucionario que ha dado luz a este nuevo concepto que es el **“Mobile Marketing”**, el **Marketing móvil**. Este concepto se define como el **conjunto de estrategias elaboradas con el fin de acercar productos, servicios o marca al consumidor, utilizando como medio de comunicación un terminal móvil.**

Entonces **¿qué es un dispositivo móvil?** Este término agrupa todos los **soportes digitales, pequeños, fácil de uso, fácil de traslado** ya que **no necesita cables para conexión internet** (en la mayoría de los casos utiliza la **tecnología WiFi** o **“Wireless Fidelity”**, **Fidelidad sin cables** que permite la conexión internet sin cable), y **con batería para tener total movilidad**. Entre estos dispositivos, se pueden nombrar: **“Smartphones”** (teléfonos móviles inteligentes), los PDA (Personal Digital Assistant, o **asistente digital personal**), iPod (MP3 de Apple), los **“Tablets”**, las **consolas**, los **GPS**, etc.

Entre las diferentes **acciones del marketing móvil**, se pueden citar las principales:

+ **El SMSing (o MMSing)**: son los hijos del **e-mailing**, se trata de **técnica de Marketing directo adaptada al móvil**, ahora el procedimiento es idéntico. Se elabora una **base de datos**, se **segmenta** esta base, luego se **diseña una campaña informativa o comercial (Newsletter)**, se hace un **test previo al envío**, se lanza la campaña a través de **SMS** (Short Message Service o Servicio de mensaje corto), **MMS** (Multimedia Message Service, Servicio de Mensaje Multimedia) y se hace un **seguimiento** de manera a **optimizar** la siguiente campaña.

+ **Campaña de comunicación** a través de dispositivos móviles para que el **“target”** participe a **promociones, concursos,**

sorteos que se han previamente anunciado a través de la radio, la TV o SMSing.

+ El "**Phoning**", se llaman a los móviles de los usuarios, dados de alta en una **BBDD**, para proponerles los productos o servicios del **anunciante**.

+ **Campañas SEM adaptadas al móvil**, los anunciantes elaboran "**banners**" aptos al formato móvil, para promover su marca.