

¿Qué tener en cuenta en la estrategia de redes sociales?



Las redes sociales en la actualidad mueven el mundo, y las podemos usar a nuestro favor. Entre el 20% y 40% de personas que ven un compromiso de la marca en redes sociales decide adquirir sus productos o servicios, más del 70 % de consumidores buscan atención al cliente en redes sociales y si tienen una buena experiencia, recomiendan la marca a familiares, amigos y conocidos.

Por esta razón, es muy importante que implementes una buena estrategia de marketing en redes sociales, siguiendo las recomendaciones que presentamos a continuación.

Algunas de las claves que debes que tener en cuenta para que tu estrategia sea exitosa, son:

1. Identifica y cumple tus objetivos

Lo primero que nos lleva a pensar en una estrategia en redes sociales es un objetivo, pero ¿cómo sabemos si lo estamos consiguiendo? Es importante identificar los **KPI o indicadores clave de desempeño**.

Los KPI están diseñados para cuantificar el progreso, por eso tienen un contexto anterior, por ejemplo, te permiten comparar el aumento de seguidores respecto al mes anterior. Estas métricas nos permiten saber si estamos progresando y si la estrategia que estamos implementando funciona o si es necesario realizar algunos cambios.

Una métrica clave en redes sociales es el crecimiento de seguidores y el tipo de seguidores que están llegando a nuestras redes, es decir, si se encuentran interesados en nuestro producto, o si son nuestro público objetivo.

1. Analiza el compromiso de tu comunidad con tu marca

Uno de los mayores retos en las estrategias de marketing en redes sociales es generar compromiso o **engagement**. Lo podemos medir por el número de me gusta, comentarios, usuarios que han compartido, retuiteado o clics en enlaces hacia una página web.

Para aumentar el engagement, algo crucial es la interacción que tienes con tu público en redes sociales; contar con muchos seguidores es el sueño de toda marca, pero si no interactúan con tu contenido, no estás ganando nada. Generar conversaciones alrededor de tu marca es vital para lograr engagement.

Una forma de medir el compromiso de tu público con tu marca es dividir la cantidad de interacciones entre el número de seguidores y multiplicarlo por 100, si de mes a mes el resultado va aumentando, estas haciendo un buen trabajo.

1. **Publica contenido de valor**

Para nadie es un secreto que nuestras acciones en redes sociales están orientadas a vender, pero si solamente publicas contenido promocional, lo mas probable es que no haya interacción. Debes ofrecer algo a cambio a tu público, un **valor agregado**.

Averigua qué tipo de contenido le gusta a tus usuarios, como les gustaría que te comuniques y empieza a elaborar material que sea de interés para ellos, esto hará la diferencia. A este contenido que produzcas dale tu toque personal, que quien lo vea sepa que ese contenido pertenece a tu marca.

1. **Analiza si tu web recibe más visitas**

Un síntoma de que tu estrategia de marketing en redes sociales está funcionando son las visitas que recibes en tu web. Revisa tu tráfico social, lo puedes hacer a través de Google Analytics, si no estás recibiendo mucho tráfico procedente de tus redes sociales replantea tu estrategia de contenidos.

1. **Sigue a tu audiencia a donde vaya**

No, no se trata de ponerte en plan detective a seguirlos al café al que siempre van antes del trabajo, sino de moverte a la red donde se encuentra tu cliente ideal, centra los esfuerzos en la red donde está tu audiencia. Las **redes de nicho** son un gran canal para llegar a tu público objetivo, al igual que la segmentación de publicaciones en Facebook.

No es necesario que estés presente en todas las redes sociales, porque vas perder tiempo valioso que puedes aprovechar en actividades más beneficiosas, analiza en qué red está tu público e invierte tus esfuerzos en esta.

Ahora que conoces estas claves para tu estrategia de marketing en redes sociales puedes desarrollar estrategias exitosas para tu marca.