

Cómo construir un plan de marketing eficaz y eficiente para tus redes sociales



Financiado por:



Fernando de los Ríos



Licenciado en Periodismo y MBA especializado en marketing y reputación corporativa.

Co-fundador de Klimway, consultoría estratégica en proyectos de transformación digital.

Ayudo a que las empresas comuniquen mejor, conecten con su público y vendan más.

 [linkedin.com/in/fernandodelosrios](https://www.linkedin.com/in/fernandodelosrios)

Qué vamos a ver

1. Construir un plan útil
2. Cómo impactan las redes
3. Herramientas y recursos útiles

Lo de eficaz y eficiente

La estrategia no es una meta en sí misma.
Es un camino para cumplir objetivos.



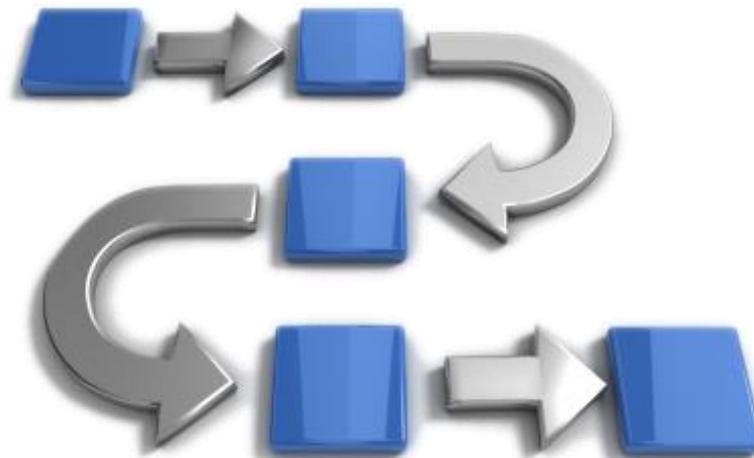
Lo de eficaz y eficiente

Demasiadas empresas se pierden en:

- Un exceso de análisis que lleva a la parálisis.
- Planificaciones extra detalladas e inflexibles.
- Querer hacer de todo con recursos muy escasos.
- Contratar servicios que ni entienden, ni necesitan.

Lo de eficaz y eficiente

No tiene sentido dedicarle semanas a un documento que nadie va a leer. Crea algo que se adapte a tu empresa y a tu momento.



Lo de eficaz y eficiente

Todo se reduce a dos variables:
le dedicas tiempo o le dedicas dinero.



Fases de un plan

Análisis

Objetivos

Público

Acciones

Medición

← Improvisación

Control →

Fases de un plan

An orange arrow pointing to the right, containing the word "Análisis" in white text.

Análisis

- ¿Qué presencia tenemos?
- ¿Qué productos/servicios destacan?
- ¿Qué tendencias hay en el mercado?
- ¿Oportunidades y amenazas?

Fases de un plan



Objetivos

- ¿Qué buscamos?
- ¿En qué plazos?
- ¿Cómo concretar metas?
- ¿Qué indicadores usar?

Fases de un plan

Público

- ¿Qué perfiles componen nuestro target?
- ¿En qué canales están?
- ¿Qué buscan en una marca?
- ¿Cuáles son sus necesidades?

Fases de un plan



Acciones

- ¿Qué acciones desarrollamos?
- ¿Cómo las adaptamos al canal?
- ¿Qué periodicidad les damos?
- ¿Con qué recursos contamos?

Fases de un plan

 Medición

- ¿Qué indicadores usamos?
- ¿Qué va mejor/peor
- ¿Qué se debe descartar?
- ¿Qué es recuperable?

Qué es Social Media Marketing

Acciones que usan los medios sociales para generar reputación y dar a conocer productos y servicios.

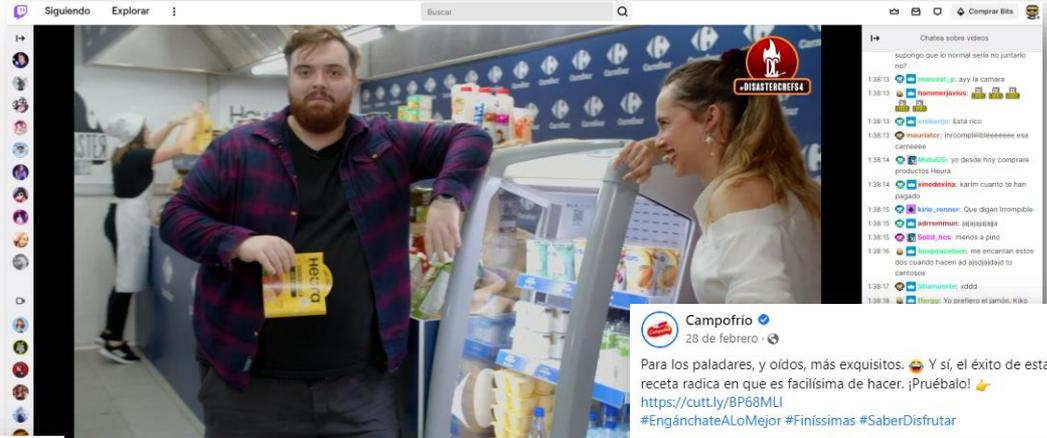
Abarca multitud de contenidos y actividades, que debemos adaptar al público y al canal para tener éxito.

Qué es Social Media Marketing

Acciones que usan los medios sociales para generar reputación y **dar a conocer** productos y servicios.

Abarca multitud de contenidos y actividades, que **debemos adaptar** al público y al canal para tener éxito.

Qué es Social Media Marketing



Cómo lo contemplamos

Debe seguir las líneas maestras del plan de marketing:

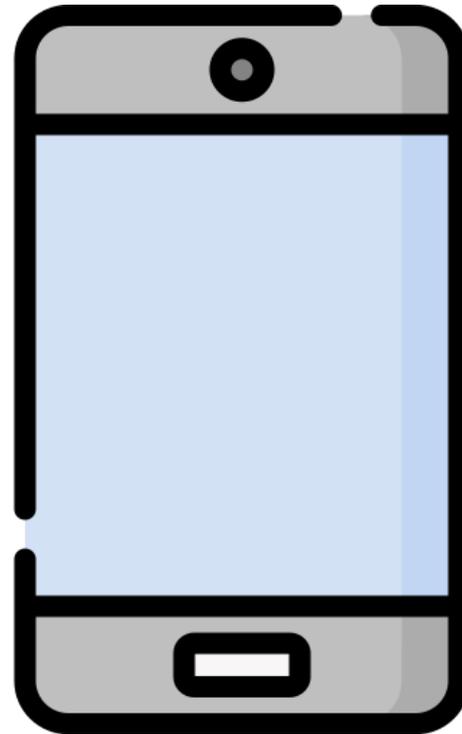
- Definición de recursos.
- Orientación al público objetivo.
- Cumplimiento de metas generales/específicas.
- Respeto a las pautas de estilo y de comunicación.
- Monitorización y actualización de los KPIs marcados.

En qué cambian los medios sociales



El concepto de privacidad

En qué cambian los medios sociales



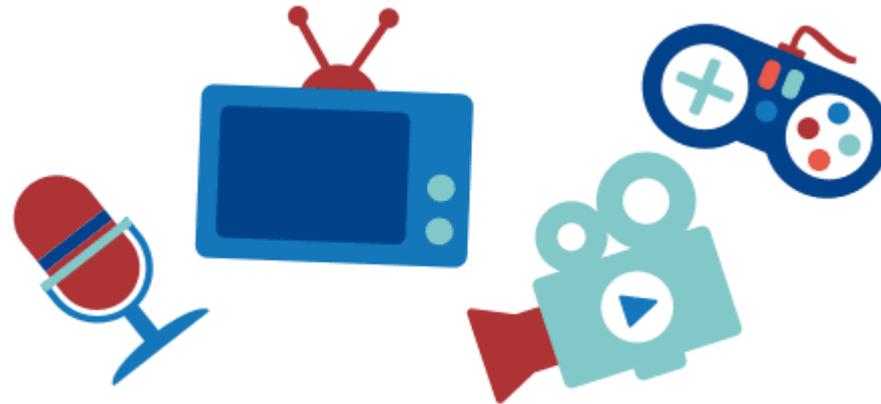
Los dispositivos

En qué cambian los medios sociales



Las posibilidades de conectividad

En qué cambian los medios sociales



Los formatos de contenidos

En qué cambian los medios sociales



El contenido de terceros vs. propio

En qué cambian los medios sociales



El contenido editado vs. en directo

En qué cambian los medios sociales



Los propios usuarios

El contenido como clave

Es vital en la estrategia porque...

- Sin contenido de valor no hay atracción.
- Sin atracción no hay visitas.
- Sin visitas no hay conversiones.
- Sin conversiones no hay fidelización (ni negocio).

Herramientas y recursos útiles

Gestiona proyectos dividiéndolos en tareas. Crea flujos de trabajo, asigna items a compañeros de equipo, incluye anotaciones y archivos adjuntos, etc.



Planteamiento genérico acciones



Campaña Navidad

31 de dic. 0/4

+ Añada una tarjeta

En progreso



Campaña Black Friday

23 de nov. 0/7



Programa recomendación email otoño

1 de nov. 4/8



+ Añada una tarjeta

Bloqueado



Campaña promocional en playas

27 de jul. 5/8

+ Añada una tarjeta

Terminado (T1)



Campaña creación comunidad en Facebook

3 de feb. 8/8



Contenidos blog T1

Esta tarjeta es una plantilla.

31 de mar. 6/6

+ Añada una tarjeta

Terminado (T2)



Webinars informativos sobre productos

4/8



Contenidos blog T2

30 de jun. 6/6

+ Añada una tarjeta

INTELLECTUAL SOCIAL

EMOTIONAL PARENTAL

Key Motivations Write them rank you

Campaña Navidad

en la lista [Planteamiento genérico acciones](#)

Etiquetas

Planeando



Notificaciones



Seguir

Vencimiento



31 de dic. a las 23:59

Descripción

Editar

Campaña de marketing para la Navidad 2020. Acciones diversas. Estas acciones pueden derivar posteriormente en tareas separadas.

Subtareas

Eliminar

0%

- Reunión de planificación inicial
- Elaboración de propuesta de acciones
- Presentación de propuestas a junta directiva
- Creación de tareas individualizadas a partir de propuestas

Añada un elemento

Actividad

Mostrar detalles



Escriba un comentario...

Añadir a la tarjeta

Miembros

Etiquetas

Checklist

Fechas

Adjunto

Campos personaliza...

Power-Ups

Añadir Power-Ups

Automatización

Añadir botón

Acciones

Mover

Copiar

Crear plantilla

Archivar

Compartir

Herramientas y recursos útiles

Gestiona las redes sociales de tu plan y monitoriza su evolución a través de diversas métricas, crea calendarios de contenidos, extrae informes, etc.

metricool

- Resumen
- Web / Blog
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- Pinterest
- TikTok
- Google Business ...
- YouTube
- Twitch
- Facebook Ads
- Google Ads
- TikTok Ads
- Informes
- Hashtag Tracker
- Ajustes de marca

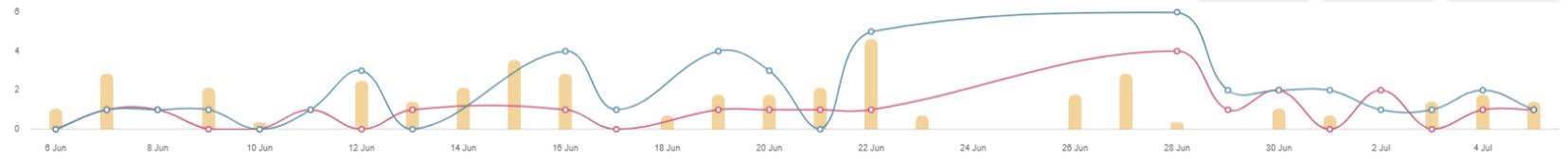
COMUNIDAD | TWEETS | COMPETIDORES | GESTIÓN DE LA COMUNIDAD

Comunidad

Crecimiento



Balance de seguidores





Calendario

+ CREAR NUEVA PUBLICACIÓN

PREVISUALIZAR FEED

NOTIFICACIONES

IMPORTAR/EXPORTAR CSV

Historial

Autolistas

6 Jul 2023 7:34
EUROPE/MADRID

10 Jul 2023 - 16 Jul 2023

MEJORES HORAS

	lun 10/7	mar 11/7	mié 12/7	jue 13/7	vie 14/7	sáb 15/7	dom 16/7
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							

Pendiente Borrador Publicado / Enviado Con errores Desde autolista



Herramientas y recursos útiles

Estudia la situación de competidores para conocer su tráfico, palabras clave, mapas de competencia, etc. También permite realizar auditorías SEO.



<p>Authority Score</p> <h2>80</h2> <p>Ranking De Dominios ... 77 ↑</p>	<p>Tráfico Orgánico</p> <h2>7,8M</h2> <p>-1,6%</p> <p>Palabras Clave 203,14K ↓</p>	<p>Tráfico De Pago</p> <p>No se han encontrado datos. Si este es tu dominio, puedes obtener todos los datos necesarios en los rankings de palabras clave.</p> <p>Ir a Rastreo de posición</p>	<p>Backlinks</p> <h2>22M</h2> <p>Dominios De Refere... 79,07K</p>	<p>Publicidad De Display</p> <h2>1K</h2> <p>Editores 9,55K</p>
<p>Métricas De Interacción 🕒 enero de 2022</p> <p> Páginas/Visitas 7,21 ↓ Duración Media De Visita 11:09 ↑ Porcentaje De Rebote 43% ↓ Mostrar todo </p>				

Orgánico **De pago**
[Exportar](#)

Distribución por país

Países	Cuota de tráfico	Tráfico	Palabra...
Todo el ...	100 %	63,9M	3,4M
ES	12 %	7,8M	203,1K
US	8,3 %	5,3M	649,6K
UK	8 %	5,1M	217,7K
FR	7,2 %	4,6M	183,2K
Otros	64 %	41,1M	2,1M

[Comparar](#)

Funcionalidades SERP

Tráfico orgánico 7.818.494/mes

Organic Traffic Tráfico de pago

[Notas](#) | 1M 6M 1A **2A** Todo el tiempo

Palabras clave orgánicas 203.137

Top 3
 4-10
 11-20
 21-50
 51-100

Panel de SEO

INVESTIGACIÓN DE LA COMPETENCIA

Visión general de dominio

Análisis del tráfico

Investigación orgánica

Brecha de palabras clave

Brecha de backlinks

INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE

Visión general de palabras clave

Keyword Magic Tool

Keyword Manager

Rastreo de posición

Organic Traffic Insights

GENERACIÓN DE BACKLINKS

Análisis de backlinks

Backlink Audit

Link Building Tool

Análisis grupal

ON PAGE & TECH SEO

Auditoría del sitio

Listing Management

SEO Content Template

On Page SEO Checker

Log File Analyzer

On Page SEO Checker

Consigue un listado de ideas exhaustivo basado en el análisis competitivo que puede mejorar el rendimiento orgánico de tu web.

Conseguir Ideas

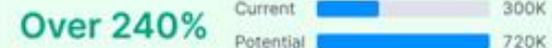
Revisa tu informe basado en el análisis de tus competidores y consigue ideas para optimizar tu web

Total Ideas



St	Strategy Ideas	9	Sf	SERP Features Ideas	8
Ba	Backlinks Ideas	24	Se	Semantic Ideas	21
Te	Technical SEO Ideas	39	Co	Content Ideas	142
Ux	User Experience Ideas	12			

Our ideas may help you increase your organic traffic



Herramientas y recursos útiles

Optimización e-Commerce para pequeños y medianos comercios, mediante análisis web para establecer comparativas y mejoras.

 Google Grow My Store

Información de los productos

La calidad de la información que ofreces sobre tus productos.



Detalles de los productos

No está nada mal. Tus productos se muestran y se describen con claridad en tu sitio web.



Reseñas / puntuaciones de productos

No hemos podido encontrar fácilmente puntuaciones ni reseñas. Haz que aparezcan de forma destacada para animar a los clientes potenciales a que hagan compras en tu sitio web.



Búsqueda de productos

A toda vela. Con tus opciones de búsqueda y filtrado de productos, los clientes navegan sin esfuerzo por tu sitio web.



Precios de los productos

Los clientes pueden ver claramente los precios de tus productos. ¡Enhorabuena!





INFORMACIÓN DE LOS PRODUCTOS ♥

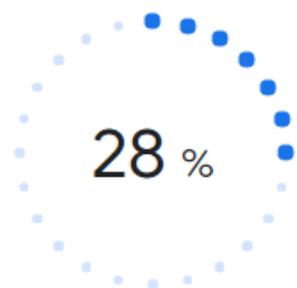
Detalles de los productos ✔

No está nada mal. Tus productos se muestran y se describen con claridad en tu sitio web.

76 % de las tiendas del sector Alimentación aprueban esta parte del informe

La importancia de los detalles

Tener a su disposición información detallada sobre los productos influye en la decisión de compra de los clientes.



de los compradores online de productos de la categoría Alimentación han tenido problemas relacionados con la información sobre los productos.

Google/Kantar, "The Smart Shopper Research", global, 2019 [n = 6188, Alimentación]

Información sobre la tienda

La claridad con la que presentas la información sobre tu tienda.



Horario de apertura

Ayuda a los clientes a encontrar la información que necesitan rápidamente. Comprueba que el horario de apertura de cada una de las tiendas aparece indicado claramente.



Indicaciones para llegar a la tienda

No hemos podido encontrar las indicaciones para llegar a tu tienda. Incluye la dirección, indicaciones sobre cómo llegar a ella y mapas para que los clientes te puedan encontrar fácilmente.



Geolocalización

¿Utilizas la geolocalización? Si sabes dónde están los clientes, podrás dirigirlos a tu tienda más cercana.



Herramientas y recursos útiles

Identifica mercados potenciales,
descubre información sobre los
mismos y accede a recursos para
adaptar tu estrategia de marketing.

The logo for Google Market Finder consists of the word 'Google' in its multi-colored font, followed by the text 'Market Finder' in a grey sans-serif font.

Tus mercados ^

MERCADOS EXISTENTES
España

Editar

MERCADOS POTENCIALES

- Estados Unidos
- Reino Unido
- México

Editar >

Tu empresa v

Resumen

Perfil de país

Perfil económico

Perfil online

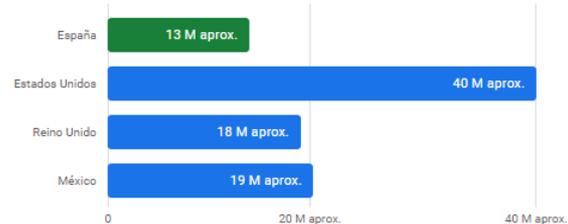
Logística

Búsquedas mensuales en categorías determinadas

SE ACTUALIZA CADA 35 DÍAS

Media de búsquedas mensuales hechas en Google de términos relacionados con las categorías de producto que has seleccionado. Los volúmenes de búsqueda son un indicador de la demanda y pueden resultar útiles para conocer la dimensión de la oportunidad general de tus categorías empresariales en el mercado.

Google



Puja recomendada de Google Ads

SE ACTUALIZA CADA 35 DÍAS

Indicador del coste medio por clic (CPC) de las palabras clave relacionadas con las categorías que hayas seleccionado. Si el CPC es bajo, significa que se puja poco por esas palabras clave y hay menos competencia. Si el CPC es alto, significa que se puja mucho por esas palabras clave y hay más competencia.

Google



Índice de facilidad para hacer negocios (clasificación)

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: 2020

Clasificación de los mercados en una escala del 1 al 190, en función de la facilidad para hacer negocios.



Tus mercados

- MERCADOS EXISTENTES
 - España
- MERCADOS POTENCIALES
 - Estados Unidos
 - Reino Unido
 - México

Tu empresa

Tamaño de la población

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: 2019

Población de un país según los resultados de su censo. Esta información puede resultar útil para hacerse una idea general de las oportunidades del mercado.



Foro Económico Mundial

Idiomas que se hablan

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: 2020

Lista de idiomas que se hablan, ordenados por popularidad. Esta lista puede resultar útil para determinar los requisitos de localización.

País	Idioma	Porcentaje
España	Español, ES	100%
	Inglés, EN	25,72%
	Catalán, CA	18%
	Gallego, GL	7,5%
Estados Unidos	Inglés, EN	97,18%
	Español, ES	9,72%
	Chino tradicional, ZH_HANT	0,7%
	Francés, FR	0,55%
Reino Unido	Inglés, EN	95,71%
	Francés, FR	17,95%
	Alemán, DE	5,83%
	Escocés, SCO	2,69%
	Francés, FR	2,69%
México	Español, ES	79,41%
	Inglés, EN	12,71%
	Yucateco, YUA	0,67%
	Náhuatl de la Huasteca oriental, NHE	0,39%
	Francés, FR	0,39%

Unicode.org

Tus mercados ^

MERCADOS EXISTENTES

 España

[Editar](#)

MERCADOS POTENCIALES

 Estados Unidos

 Reino Unido

 México

[Editar >](#)

Tu empresa v



Tus mercados ^

MERCADOS EXISTENTES

- España

[Editar](#)

MERCADOS POTENCIALES

- Estados Unidos
- Reino Unido
- México

[Editar >](#)

Tu empresa ^

Búsquedas mensuales en categorías determinadas

SE ACTUALIZA CADA 35 DÍAS

Media de búsquedas mensuales hechas en Google de términos relacionados con las categorías de producto que has seleccionado. Los volúmenes de búsqueda son un indicador de la demanda y pueden resultar útiles para conocer la dimensión de la oportunidad general de tus categorías empresariales en el mercado.



Google

Puja recomendada de Google Ads

SE ACTUALIZA CADA 35 DÍAS

Indicador del coste medio por clic (CPC) de las palabras clave relacionadas con las categorías que hayas seleccionado. Si el CPC es bajo, significa que se puja poco por esas palabras clave y hay menos competencia. Si el CPC es alto, significa que se puja mucho por esas palabras clave y hay más competencia.



Google

Usuarios de Internet activos

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: 2018

Porcentaje de usuarios que han utilizado Internet (desde cualquier ubicación) en los últimos tres meses.



Tus mercados ^

[MERCADOS EXISTENTES](#)
España

[Editar](#)

[MERCADOS POTENCIALES](#)
Estados Unidos
Reino Unido
México

[Editar >](#)

Tu empresa ^

[Resumen](#) [Perfil de país](#) [Perfil económico](#) [Perfil online](#) [Logística](#)

Datos sobre el comercio transfronterizo

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN EN 2019

Conjunto de datos recogidos sobre el tiempo y el coste total, excluidos aranceles, de tres conjuntos de procedimientos —cumplimiento documental, cumplimiento fronterizo y transporte interno— vinculados al proceso logístico de importación y exportación de bienes.

Banco Mundial



Tiempo de importación correspondiente al cumplimiento fronterizo

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: 2019

Clasificación de los países de destino según el tiempo necesario para que sus autoridades aduaneras realicen el despacho y la inspección de las mercancías, incluido el necesario para llevar a cabo la gestión portuaria. Es un buen indicador del grado de dificultad para importar bienes al país de destino.

Banco Mundial

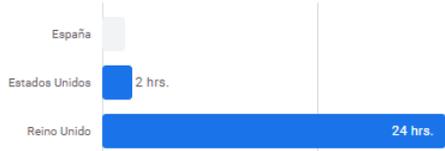


Tiempo de exportación correspondiente al cumplimiento fronterizo

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: 2019

Clasificación de los países de origen según el tiempo necesario para que sus autoridades aduaneras realicen el despacho y la inspección de las mercancías, incluido el necesario para llevar a cabo la gestión portuaria. Es un buen indicador del grado de dificultad para exportar bienes desde el país de origen.

Banco Mundial



Herramientas y recursos útiles

Diseña recursos gráficos como infografías, presentaciones, banners... con la particularidad de que puedes hacerlos contenidos interactivos.



CREAR GENIALLY

Creaciones

Papelera

Kit de marca

Inspiración



FERIA VIRTUAL Eje Planeta



NOVEL-LA PER A JOVES ABRIL 2021 THEXlo



¡MUJERES AL TREN! Museo del Ferrocarril de Madrid



PASAPALABRA MNAD - ESPERANZA Y... D. Díaz



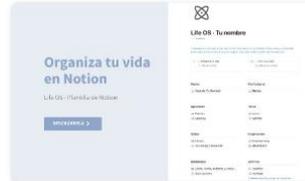
PÁSATE A LA ORGÁNICA vmartinezgana



LA CASA DE LOS ARRABALES OCCIDENTALES rvalera6



FERIA VIRTUAL EN VIVO 2020 Clicked Agencia



LIFE OS - PRESENTACIÓN Alejandra Cienfuegos



ANTIDAMISELAS Javier M.



PABELLÓN STANDS Y VITRINAS 1 FE... Calidad Academica



PRESENTACIÓN: LA NUEVA ERA DE L... Equipo Genially



PRESENTACIÓN NUEVO AQUILES Guillermo O.



MITMO x



ROAD MAP EMPRESA Equipo Genially



CURRÍCULUM, IDIOMAS Y DESTREZAS Equipo Genially



PREMI CATALUNYA D'ECODISENY 2019



GUÍA



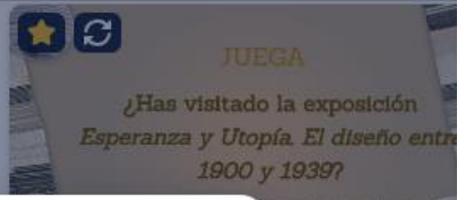
GENIALLY



Genially presentation



Aprende a usar Genially



FERIA VIRTUAL EN VIVO 2020



 Clicled Agencia

[USAR COMO PLANTILLA](#)

ACIÓN: LA NUEVA ERA DE L...
ally

 PRESENTACIÓN NUEVO AQUILES
Guillermo O.

 MITMO
X

 ROAP MAP EMPRESA
Equipo Genially

Herramientas y recursos útiles

Crea encuestas y cuestionarios con un editor visual y sencillo, y una amplia base de test prediseñados que puedes personalizar a medida.





PÁGINAS DE ENCUESTA

Página de inicio

Página 1

Añadir página

Página de salida

1. ¿Cuál de los siguientes aparatos móviles posees?*

Seleccione una o más respuestas

Móvil

Portátil

Tablet

Lector electrónico

MP3 o MP4

Otros (Por favor especifica)



Herramientas y recursos útiles



Herramientas y recursos útiles



Herramientas y recursos útiles



Herramientas y recursos útiles



pixabay



shutterstock®

Herramientas y recursos útiles

pixabay



Pexels

Videezy

videvo 

shutterstock®

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Financiado por:



Colaboran:

