



Cómo sacar el máximo provecho a tus redes sociales

**Amparo Cantalicio
@acantalicio**

Meridianum Talent Lab



AGENDA
2030

Desarrollamos el talento de las empresas y las personas a través del **marketing**, la **comunicación** y la **formación** para un mundo mejor, más sostenible y más feliz.

WE SUPPORT



Cruzcampo
**CON MUCHO
ACENTO**





El Festival
Iberoamericano
de la Comunicación
Publicitaria



PREMIOS 
GENIO
Innovación



**Amparo
Cantalicio Torres**

@acantalicio

amparo.cantalicio@gmail.com

“

¿Empezamos?

”

**¿Qué son para
nosotros las
redes sociales?**



o más bien...



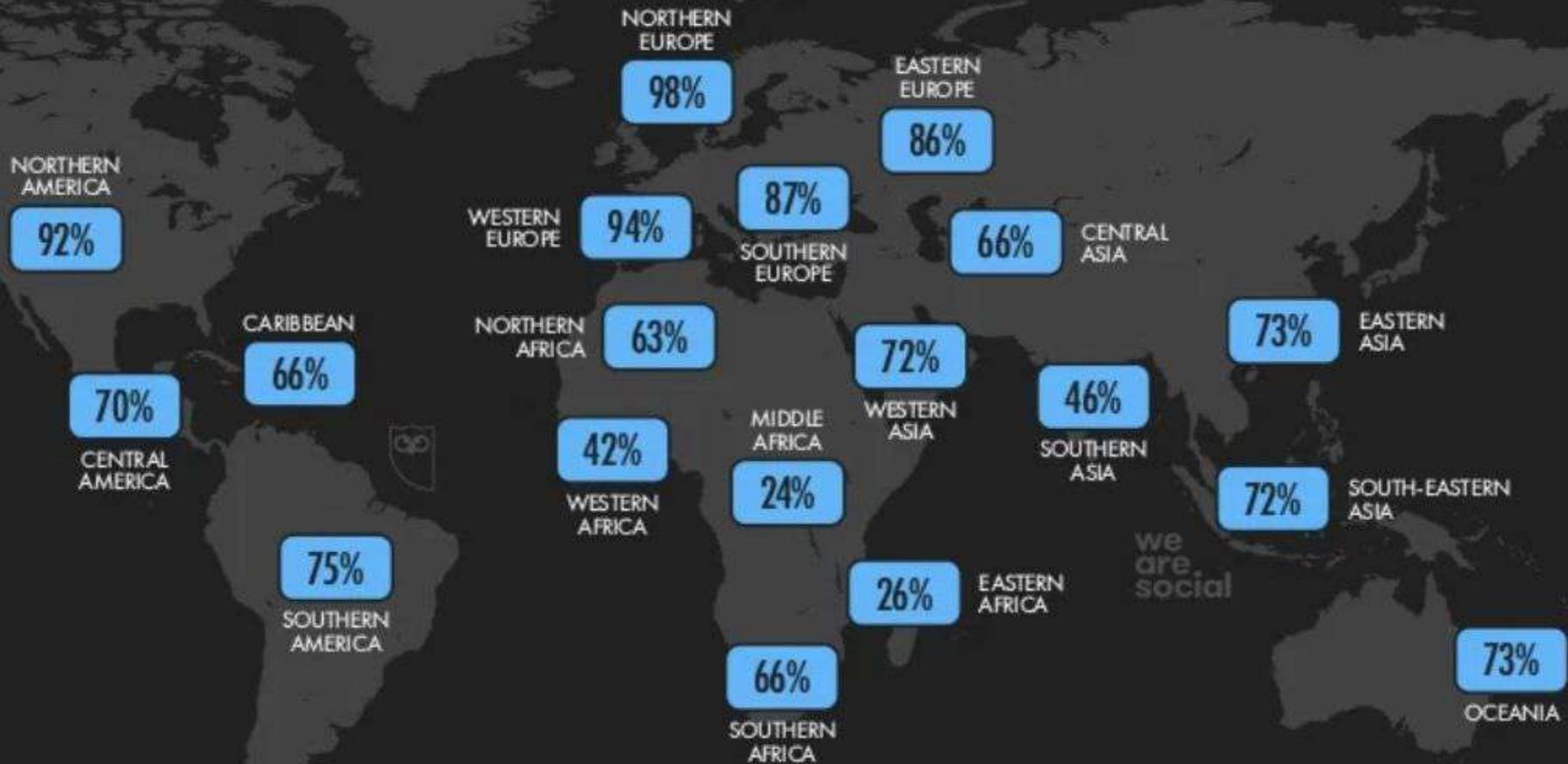


**¿Cómo es el mundo en el
que vivimos?**

JAN
2022

INTERNET ADOPTION

INTERNET USERS AS A PERCENTAGE OF TOTAL POPULATION

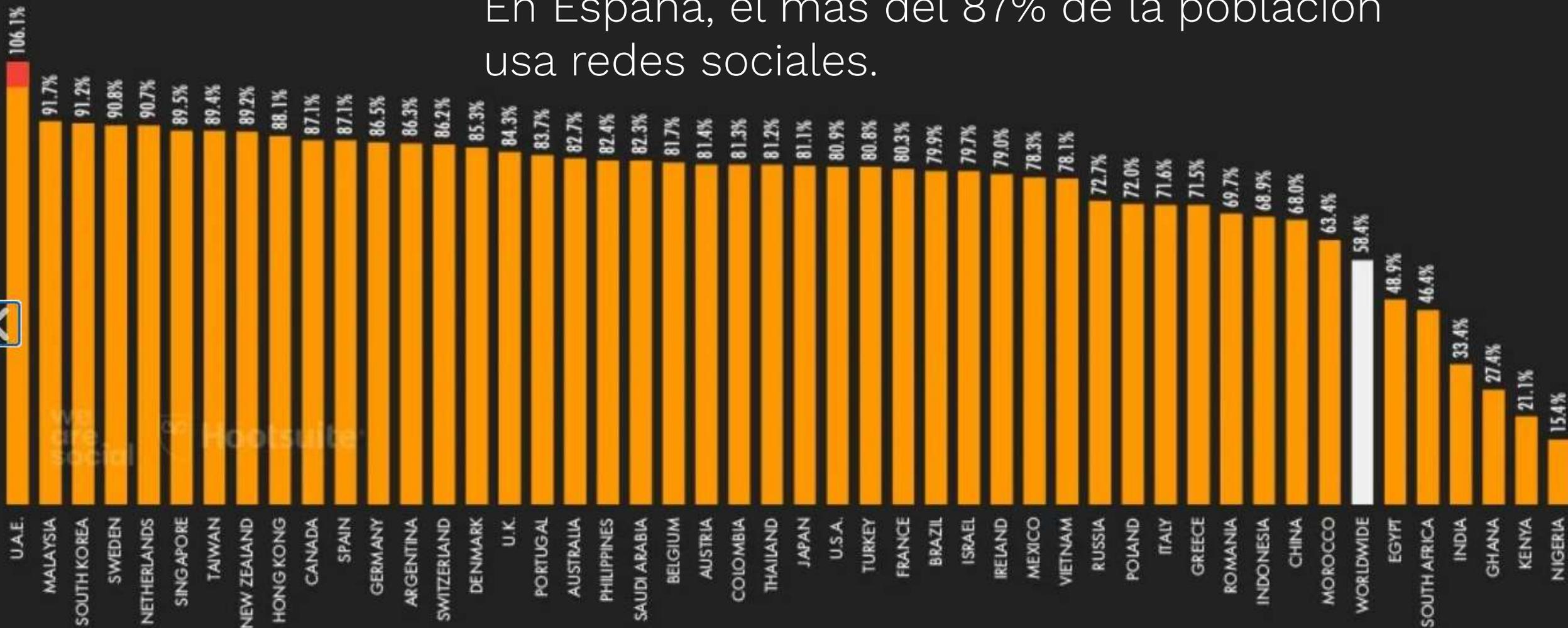


SOCIAL MEDIA USERS vs. POPULATION

ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS AS A PERCENTAGE OF TOTAL POPULATION (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



En España, el más del 87% de la población usa redes sociales.



SOURCES: KERIOS ANALYSIS; COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND ANNOUNCEMENTS; CNNIC; TECHRASA; OGDH. **NOTE:** BASED ON ACTIVE USERS OF THE MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORM IN EACH COUNTRY. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. PERCENTAGES MAY EXCEED 100% IN SOME COUNTRIES DUE TO ISSUES SUCH AS DUPLICATE AND "FAKE" ACCOUNTS, AND DIFFERENCES BETWEEN CENSUS DATA AND ACTUAL RESIDENT POPULATIONS. SEE [NOTES ON DATA](#) FOR FURTHER DETAILS. **COMPARABILITY:** SOURCE, BASE, AND METHODOLOGY CHANGES, INCLUDING SIGNIFICANT SOURCE DATA REVISIONS AND CHANGES IN REPORTING APPROACHES. VALUES ARE NOT COMPARABLE WITH THOSE PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

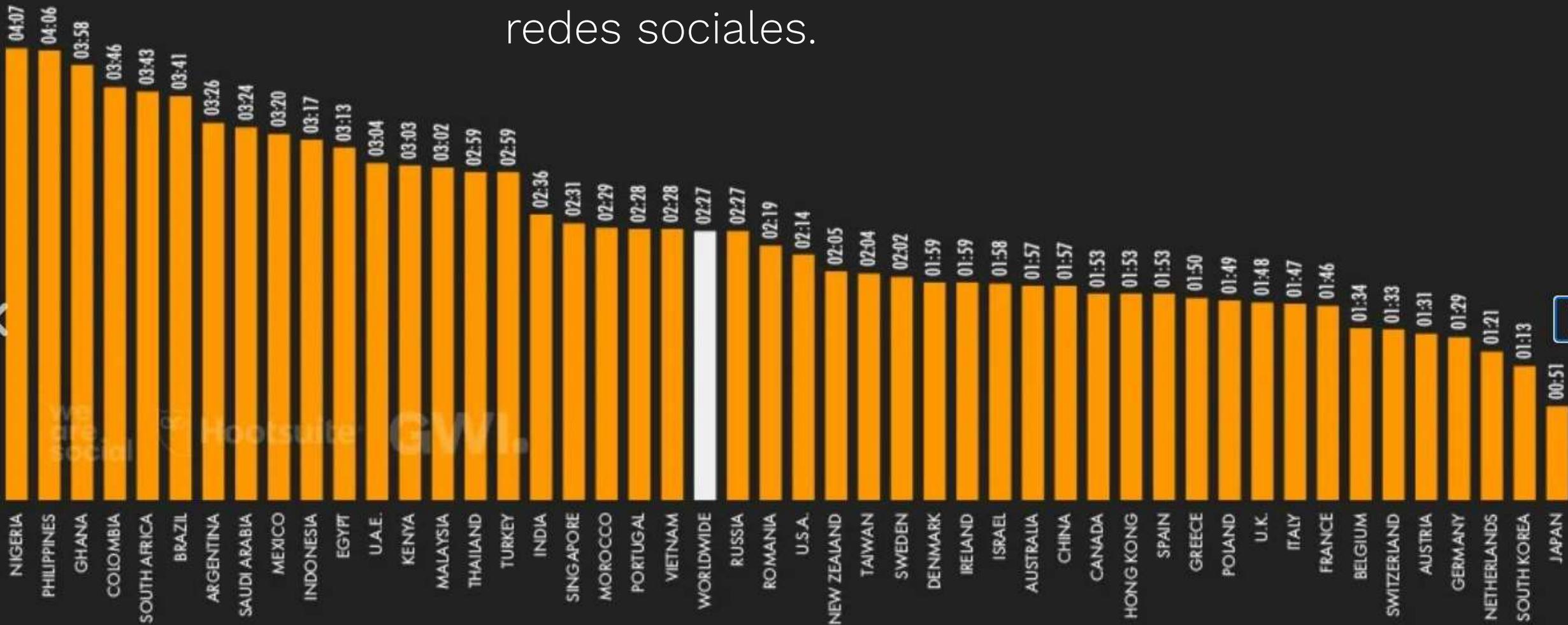
JAN
2022

DAILY TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING SOCIAL MEDIA EACH DAY



Y pasamos una media de 2 horas al día en redes sociales.





CONCLUSIÓN

**Internet no es el futuro:
es el inevitable presente.**



**Internautas, somos
todas y todos.**

**Hijos, padres, nietos,
vecinos, jefas,
clientes...TODOS.**

**Y vosotras/os,
¿sois muy
digitales?**





2005



2013



2016



¿Contarlo?

¿Qué?

¿Por qué?

¿Para qué?

¿Cómo?

¿Cuándo?

¿Dónde?

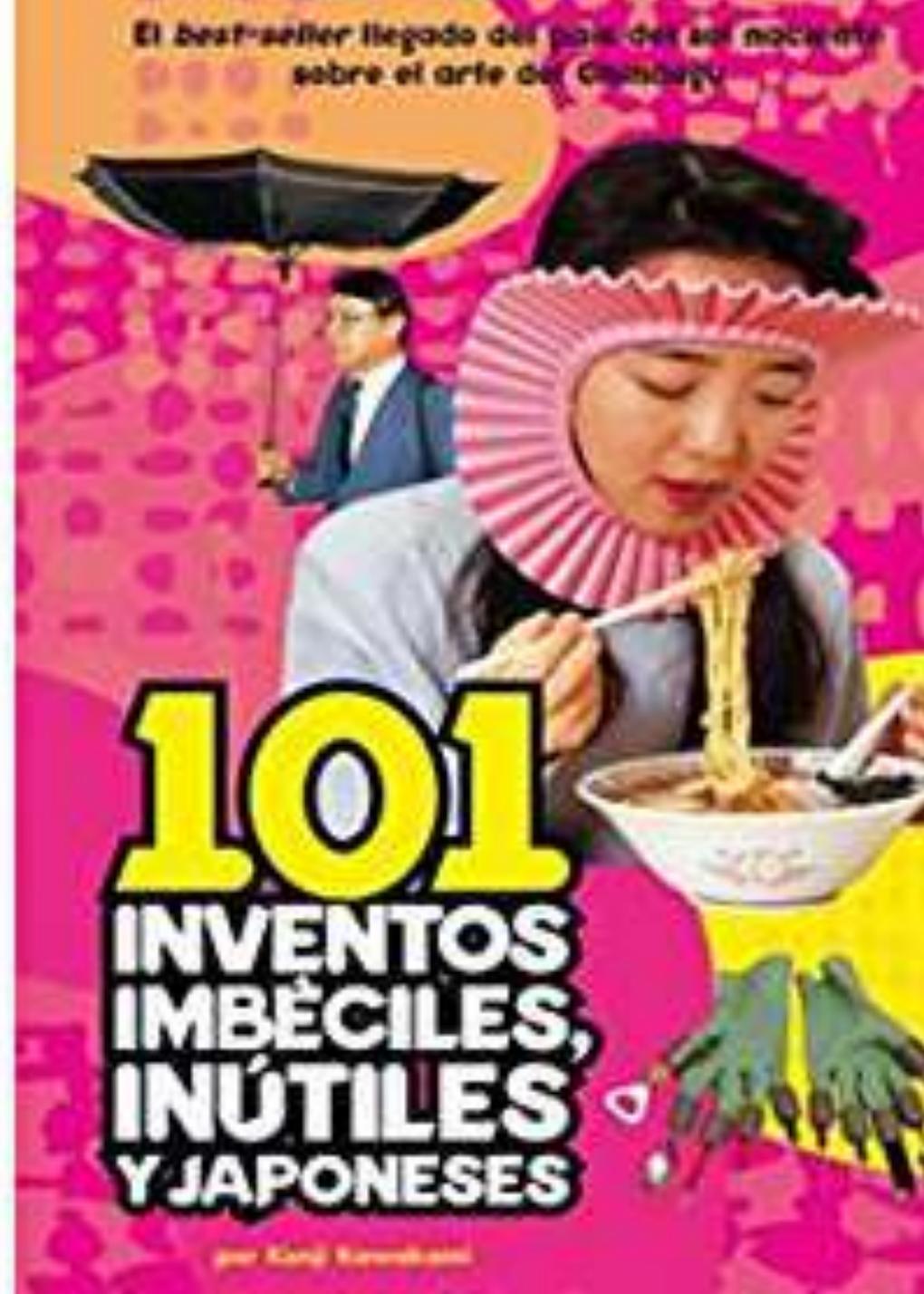
¿(A) Quién?



¿Por qué?

**Las buenas ideas
no son suficientes:
el momento es
clave.**

**El trabajo, mucho.
Y contarlo bien,
MÁS.**

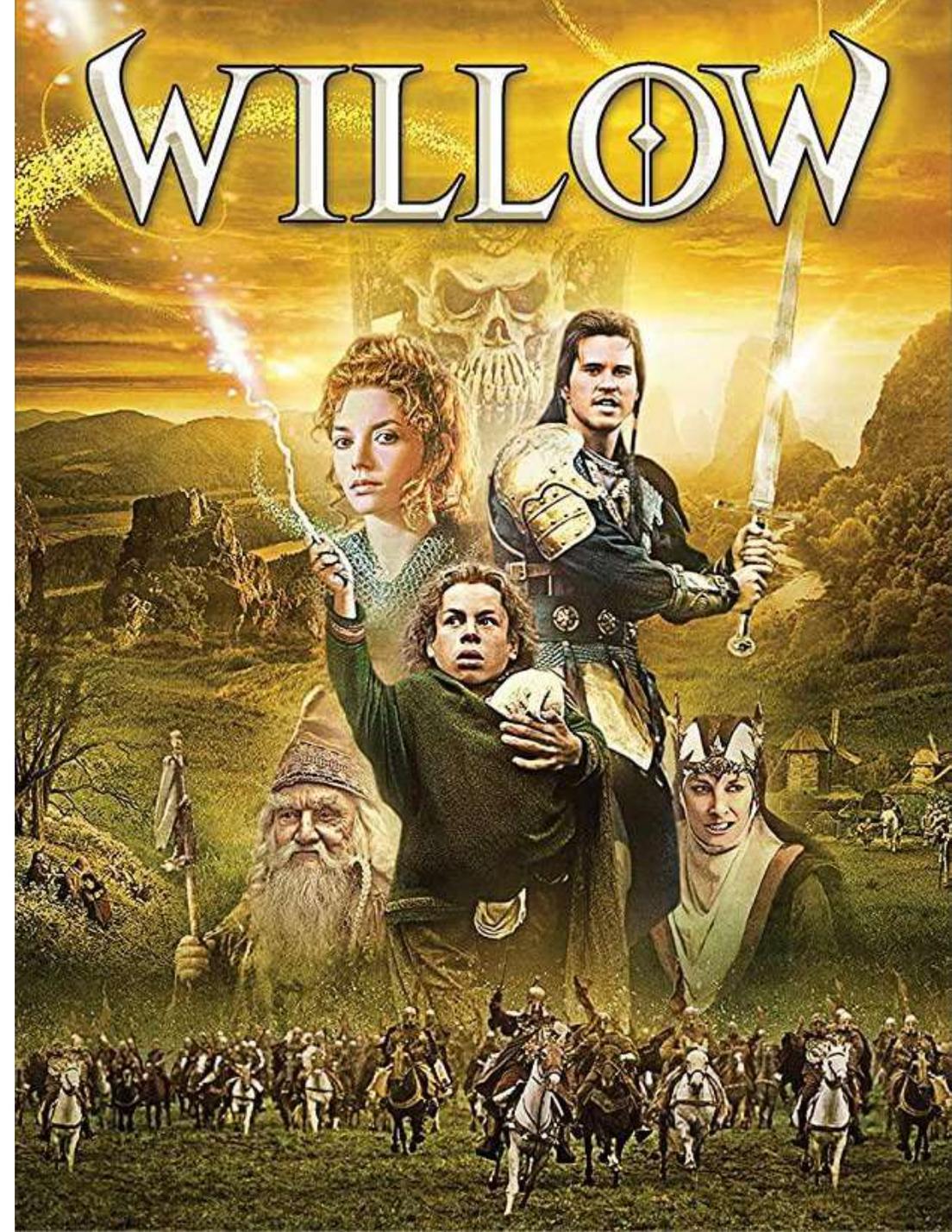




¿Qué?

Somos yonkis de las (buenas) historias:
siempre queremos más.

**¿Cómo?
Todas y todos
tenemos un
talento, algo
único.
Es cuestión de
encontrarlo
(y ejercitarlo).**



¿Cuándo?

**Siempre
hay un
momento
en el que
tienes que
ser Indiana
Jones.**





**Lo que no se cuenta,
no EXISTE.**



**Vivimos en una
creciente
economía de la
atención.**



**Y cada vez somos
más inmunes a
los discursos de
las marcas**

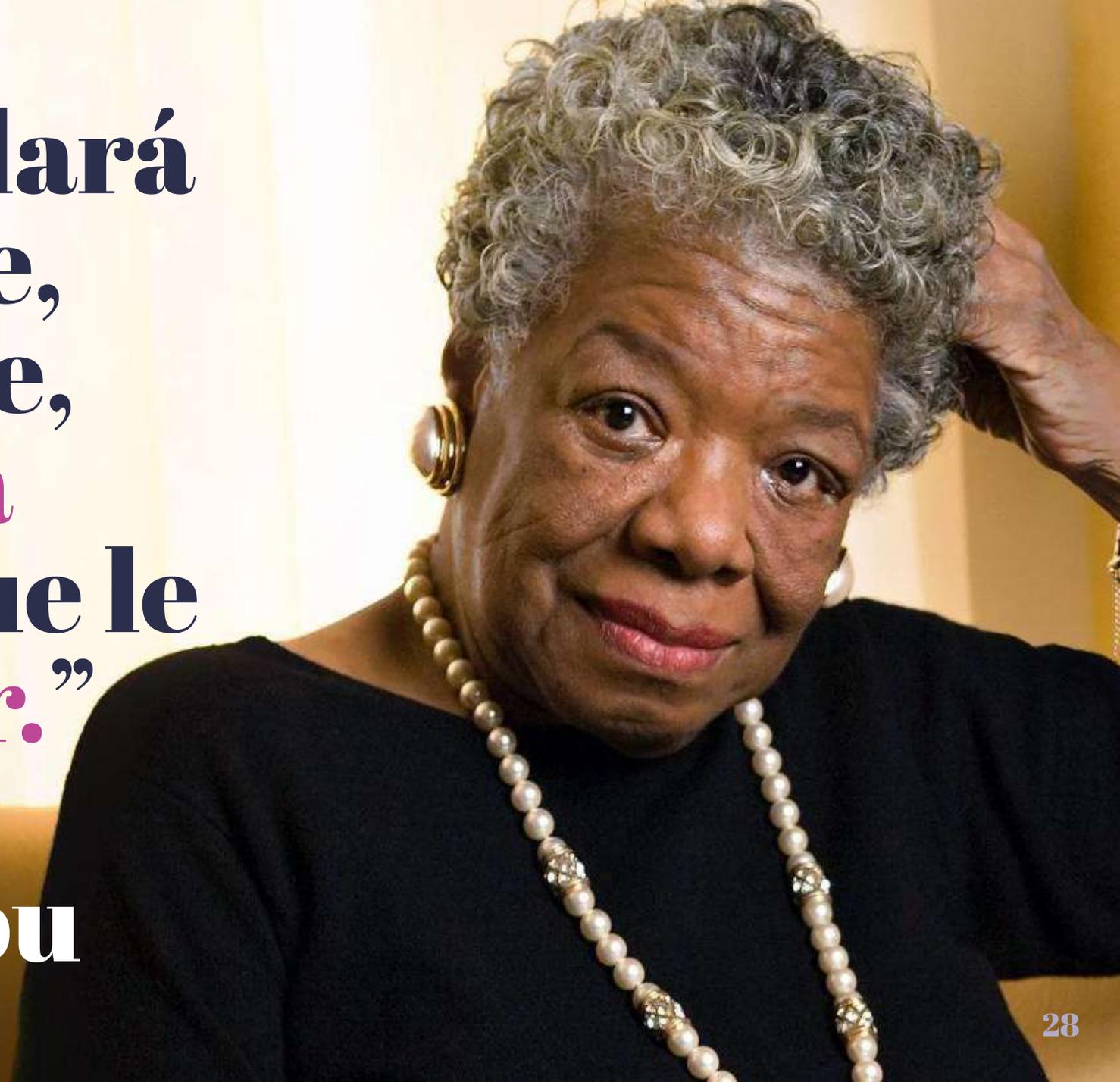


Los clientes están en las redes, pero las redes no están hechas para las marcas



**“La gente olvidará
lo que dijiste,
lo que hiciste,
pero **nunca**
olvidarán lo que le
hiciste **sentir.**”**

Maya Angelou



“

**La emoción
es la única
conexión
duradera
con nuestros
clientes.**

”

**Vivimos en una
creciente
economía de la
atención.**





CONCLUSIÓN

Internet y las redes sociales son herramientas muy poderosas que cambia al mismo ritmo que cambiamos las personas, por eso es importante estar al día.



Objetivo:

aprovechar todo el potencial de las herramientas digitales para ganar tiempo y eficacia y hacer mi vida mejor.



Objetivo:

aprovechar todo el potencial de las herramientas digitales para ganar tiempo y eficacia y hacer mi vida mejor **y disfrutarlo.**

En resumen, hay **4 grandes ámbitos** con los que internet puede mejorar nuestro día a día:



1. **Conocimiento o información.**
2. **Herramientas para la eficacia y productividad:** liberadoras de recursos como tiempo y dinero o creadoras de recursos como clientes o ventas.
3. **Relaciones:** personales y profesionales.
4. **Entretenimiento.**

Entonces, ¿cómo puedo sacar el máximo partido a mis redes sociales?





Lola ya lo dijo...

**En esta vida se
puede hacer de
todo con
MÉTODO**

“Ave de paso, garrotazo”

Ante un contexto hipersaturado,
poco tiempo y mucha competencia...mi objetivo es
tener una propuesta única y que conecte y convenza.
Un proyecto que le aporte valor.



**Las redes son un
lugar
privilegiado
para conectar y
construir
VALOR
para nuestro
cliente.**



**Conocer al
cliente**

**Conocer sus
tensiones**

A diverse group of young professionals in an office setting, smiling and looking at a laptop screen together. The scene is brightly lit with large windows in the background. The text is overlaid on the left side of the image.

**¿Quiénes son tus
clientes?**

MI CLIENTE IDEAL

- ¿Quién me compra?
- ¿Cuáles son sus motivaciones?
- ¿Dónde está comprando?
- ¿Qué le gusta?
- ¿Qué busca en alguien como yo?
- ¿Qué valora?
- ¿Dónde se mueve?
- ¿Quiénes son sus referentes?
- ¿Cómo se comporta?

¿Dónde podemos conectar?

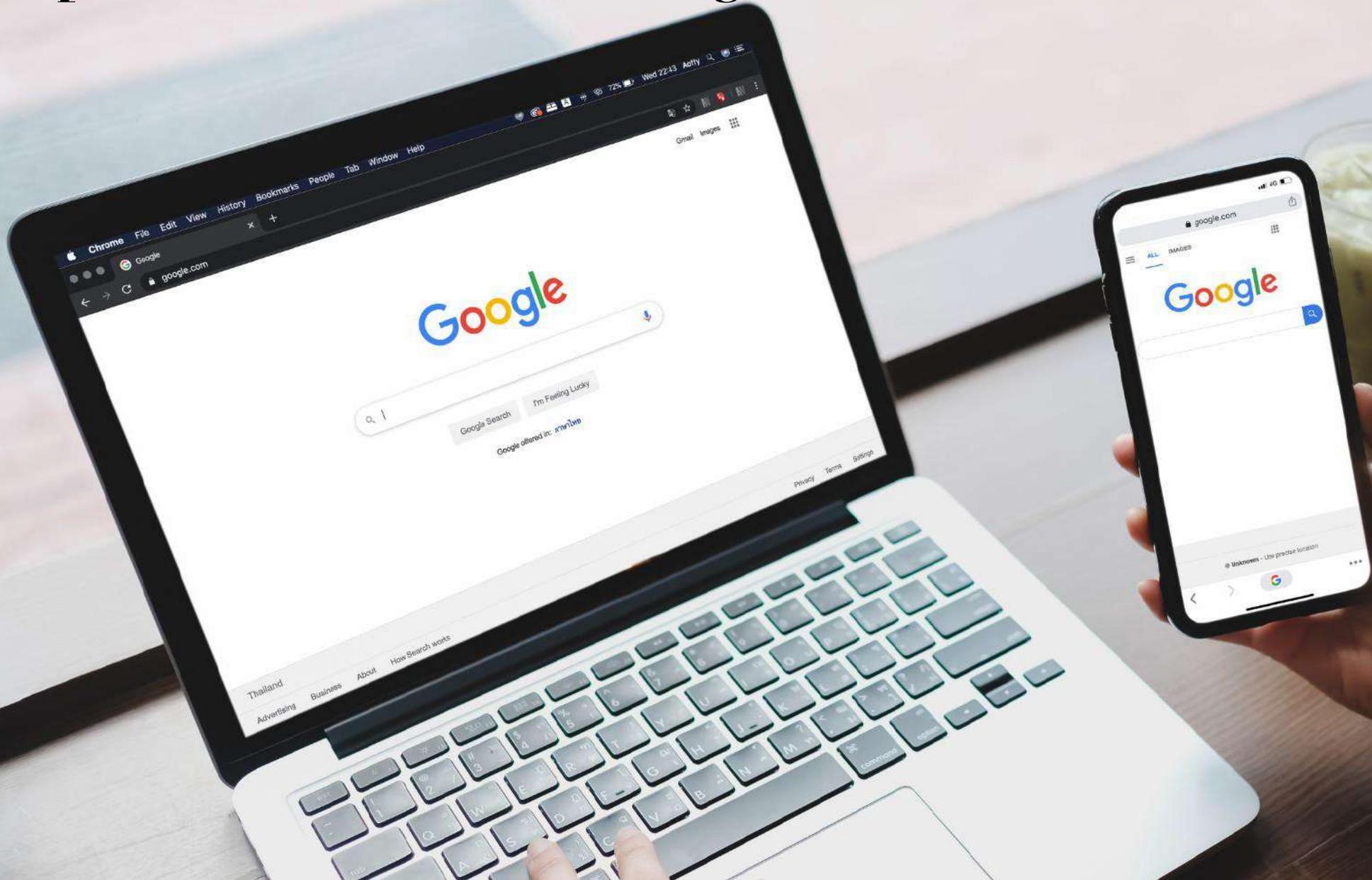




Herramientas digitales

Hacernos el trabajo y la vida
más fáciles.

Las redes sociales como herramienta para el posicionamiento de nuestro negocio.



¿Qué son las palabras clave?

Cada vez que buscas algo en Google, este te devuelve unos resultados ordenados por relevancia e idoneidad.

Para que Google pueda entender “de qué va una web” y si debe mostrarla a un usuario que hace una búsqueda concreta, se fija en las “palabras clave” de esa web.



En función de la adecuación, nos devuelve resultados ordenados.

Paid vs. Organic Search Results



¿Por qué es importante ser el primero en los resultados?

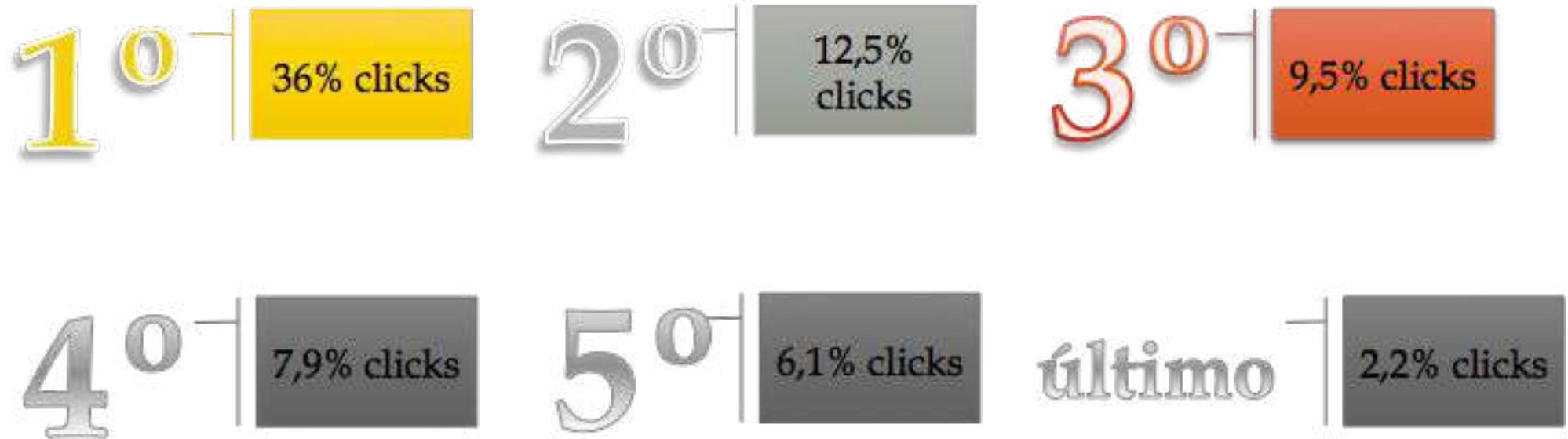
Según las “22 leyes inmutables del marketing” de Jack Trout y Al Ries, la primera, la “Ley del liderazgo” señala:

«Es mejor ser el primero que ser el mejor»

Si eres el primero, entras antes en la mente del consumidor que el que tiene el mejor producto.

Y si hablamos de búsquedas, de poco sirve tener la mejor web o productos si no estás entre los primeros resultados.

Los datos son claros



Las 3 primeras posiciones, se llevan hasta el 58% de las visitas.

Fuente: Estudio realizado por Optify, en 250 webs, 10.000 palabras claves y más de 1 millón de clicks.



CONCLUSIÓN

Las redes sociales me ayudan a posicionar mi negocio y mi marca.

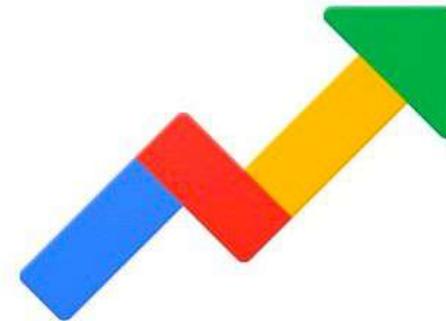
Se trata de que personas que no me conozcan, me descubran.

Esto se denomina SEO (Search Engine Optimization) y es una herramienta o técnica de marketing digital.

**¿Cómo puedo
saber qué
palabras claves
buscan mis
clientes para
usarlas en mis
redes sociales?**

Una de las herramientas más útiles y gratuitas es Google Trends.

Google Trends





Relacionarnos

Los negocios los hacen las
personas

Las redes sociales

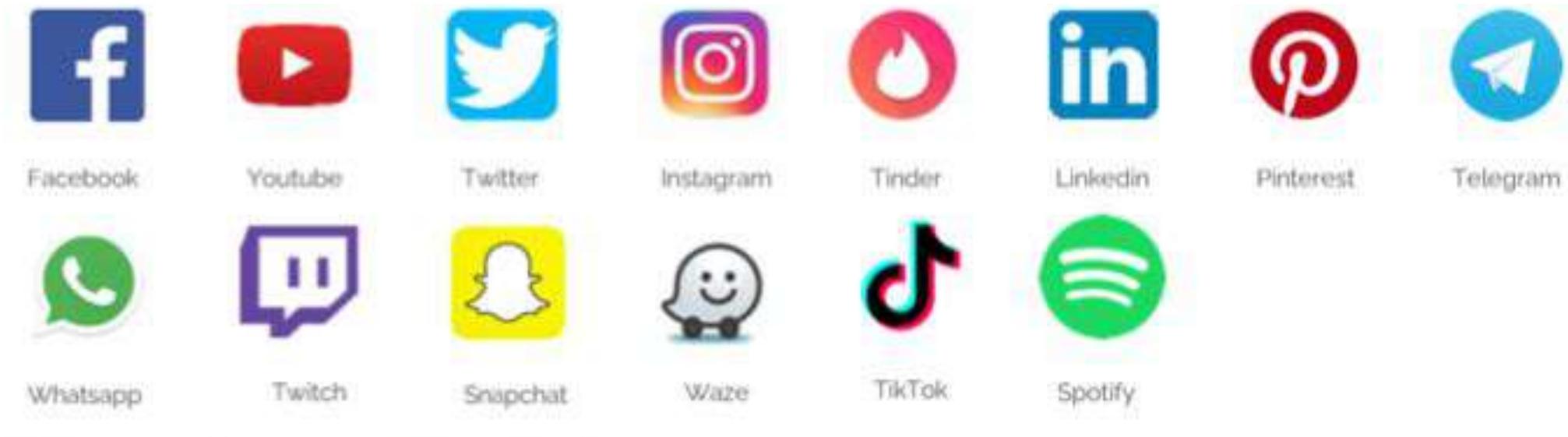


¿Las conoces todas?



Estas son las redes sociales más usadas en España en 2021 según el estudio de IAB Spain.

¿Las conoces todas?



Estas son las redes sociales más usadas en España en 2021 según el estudio de IAB Spain.

¿Qué es una red social?

Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.

(RAE, 2020).

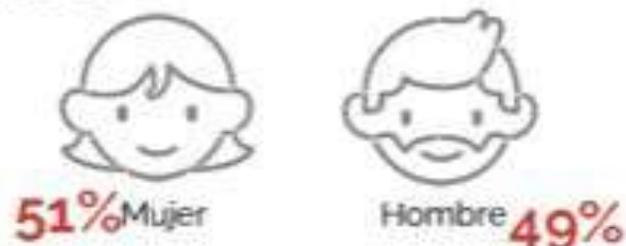
¿Qué debería cumplir una red social?

- Ser una red de contactos
- Tener un perfil
- Permitir interactuar y ofrecer funcionalidades sociales para interactuar con contenidos (crear, compartir y/o participar)

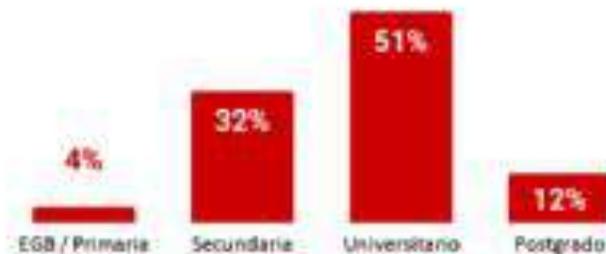
(Fuente: Comisión Redes Sociales IAB Spain)

¿Quién utiliza Redes Sociales?

Género



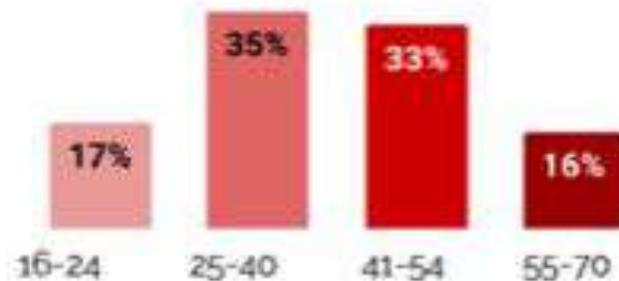
Educación



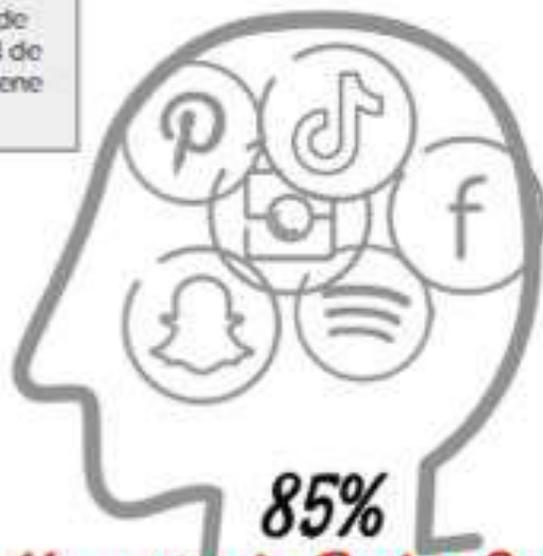
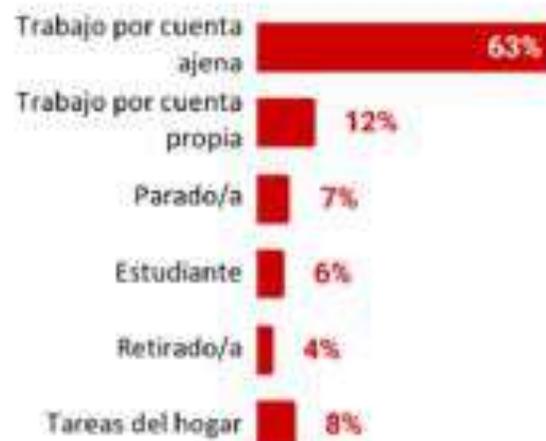
Edad

Edad promedio: 40 años

Aunque hayamos ampliado la franja de edad 65-70, la edad de los usuarios se mantiene a lo 40 años



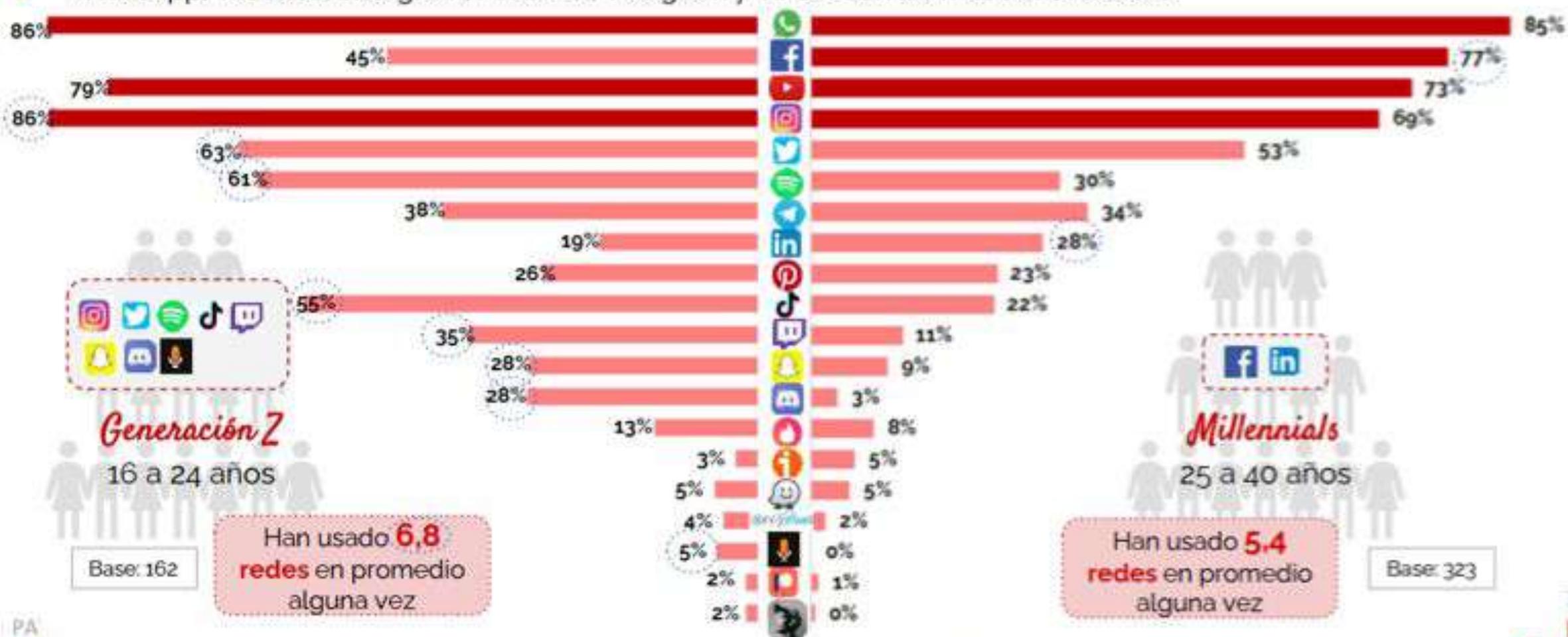
Ocupación



85%
Usuario de Redes Sociales

Generación Z vs Millennials | Uso

- La generación Z usan más redes sociales. Destacan redes tales como: Twitter, Spotify, TikTok, Snapchat, Twitch y Sfereo
- Los Millennials, por su parte, decantan por Facebook y LinkedIn.
- Whatsapp, Youtube, Instagram, Pinterest, Telegram y Tinder son las más transversales.



Uso de redes | Actividades realizadas (I)



- 77% Ver videos o música
- 75% Jugar online (en la red social)
- 62% Participar en concursos
- 59% Seguir cuentas
- 58% Chatear/enviar mensajes
- 58% Publicar/Colgar contenidos
- 57% Ver que hacen mis contactos
- 51% Conocer gente/Hacer nuevos contactos



- 74% Chatear/enviar mensajes
- 57% Publicar/Colgar contenidos
- 53% Conocer gente/Hacer nuevos contactos
- 52% Publicar/Colgar contenido con #
- 47% Comentar la actualidad
- 44% Ver que hacen mis contactos



- 61% Adquirir conocimiento
- 58% Contactar con el servicio al cliente de una marca
- 58% Buscar empleo
- 52% Hacerme fan/seguir una marca comercial
- 52% Para fines profesionales o de estudio
- 49% Seguir cuentas
- 49% Comentar la actualidad
- 45% Ver que hacen mis contactos

¿Por qué las empresas se meten en las redes sociales?

Porque sus **CLIENTES** están ahí.

Pueden **INTERACTUAR y CONOCERLOS MEJOR.**

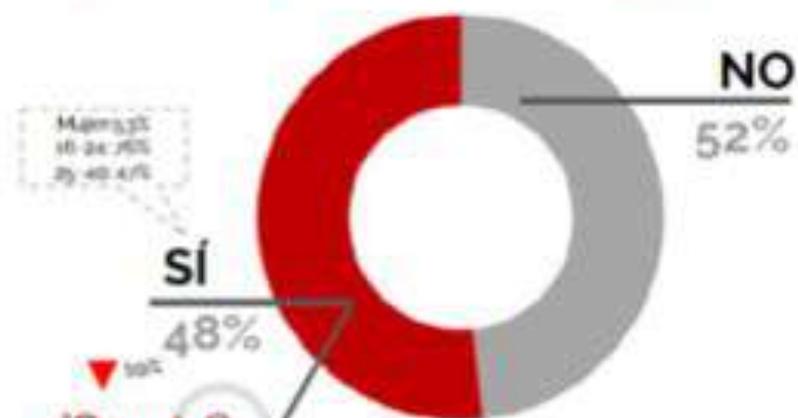
Abren nuevos **MERCADOS** a los que es difícil llegar.

Generan **CONFIANZA** a sus clientes.

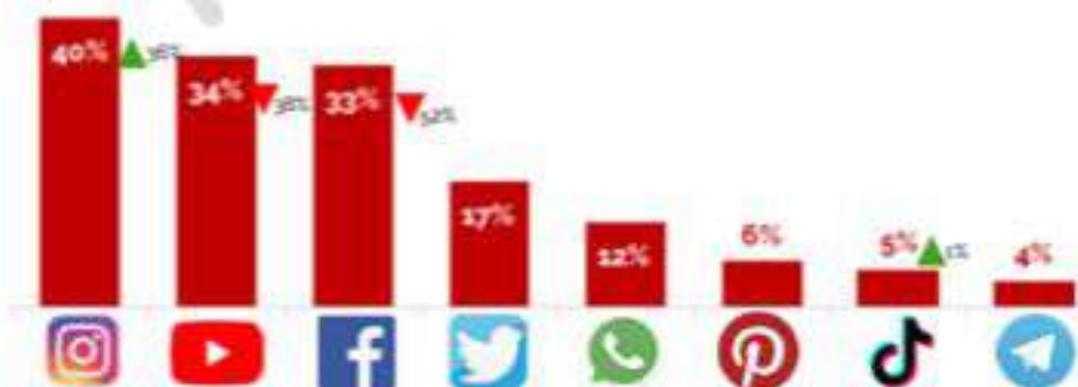
Muchas de sus opciones son **GRATUITAS.**



¿Buscas información en RRSS?



¿Dónde?

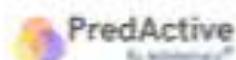


- Investigar en RRSS antes de realizar la compra es un hecho para casi el 50% (aunque baja -11pp respecto al 2020).
- El principal canal para buscar información es Instagram (ya no es Facebook), decrece Youtube y Facebook; mientras que Tiktok aparece en ranking.
- Un 37% deja comentarios, expone sus problemas y dudas sobre sus compras en las redes (-7pp vs 2020).

¿Dejas comentarios sobre tus compras en RRSS?



PATROCINADO POR:



ELABORADO POR:

¿Sueles buscar información en alguna Red Social antes de realizar tus compras por internet?

¿En que Red(s) has buscado información para tus compras por internet?

¿Sueles realizar comentarios, dar opiniones, exponer tus problemas o dudas sobre tus compras por internet en alguna Red Social?

dif. significativa
s vs 2020

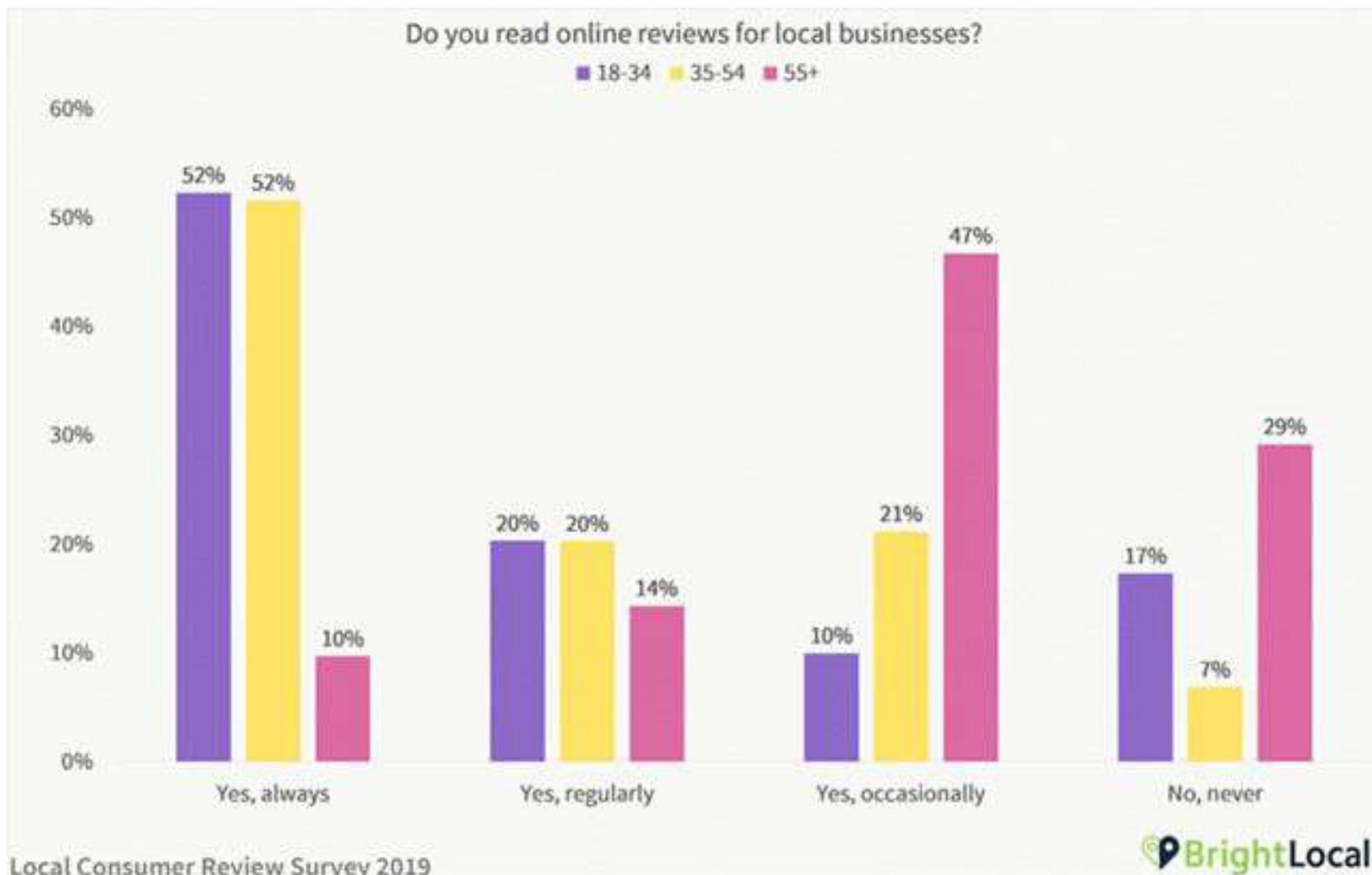
Base usuarios RRSS: 932

ELABORADO POR:



El 82% de los consumidores lee **reseñas** de negocios locales en redes sociales (Facebook, Instagram, Google Places...)

El 91% de los encuestados afirma que las reseñas positivas les hacen más propensos a comprar en un negocio. En el polo opuesto, al 87% las reseñas negativas les restan ganas de comprar en esa empresa.



Fuente: encuesta de Bright Local sobre consumo local, realizada en 2019 a 1.000 personas en Estados Unidos



DARTE A CONOCER
GANAR VISIBILIDAD
FIDELIZAR CLIENTES
COMUNICAR PROMOCIONES



YouTube

CREAR CONTENIDOS DE CALIDAD
VÍDEOS SOBRE TU MARCA Y PRODUCTOS
LLEGAR DE MANERA DINÁMICA AL CLIENTE



SABER QUÉ SE DICE DE TU MARCA
SERVICIO CLIENTE POSTVENTA
DIALOGAR CON LOS USUARIOS



BUSCAR NUEVAS COLABORACIONES
FACILITAR RELACIONES CON OTRAS MARCAS
CREAR IMAGEN CORPORATIVA



DECIDIR EN EL PROCESO DE COMPRA
MOSTRAR TUS PRODUCTOS
CAPTAR NUEVOS CLIENTES



MEJORAR TU POSICIONAMIENTO
GANAR VISIBILIDAD
CREAR UNA COMUNIDAD



MOSTRAR TUS PRODUCTOS
CREAR UNA COMUNIDAD
MEJORAR LA IMAGEN DE MARCA



EJEMPLOS PARA INSPIRARSE

← **Lucia Velasco Rodriguez** 🇪🇸 🇪🇸
4,112 Tweets



 **Lucia Velasco Rodriguez** 🇪🇸 🇪🇸
@luciavelascoro2

Scy Ganadera, Nombrada Reguerana 2017 ,Premio joven Ganadera 2018 ,Premio Nacional a la excelencia 2018 Mujer Rural ministerio agricultura,Vaqueira de honor 19

🇪🇸 España 📅 Se unió en marzo de 2019

2.220 Siguiendo 3.955 Seguidores

 Carmen Bernádez, Blanca Torrent y 21 más de las cuentas que sigues siguen a este usuario

<https://twitter.com/luciavelascoro2>



 **Ganaderia Val del Mazo**
@valdelmazo · Creador digital

[Inicio](#) [Para suscriptores](#) [En directo](#) [Vídeos](#) [Ver más](#) ▾

<https://www.facebook.com/valdelmazo>

← **agricola_lorew** 🔔 ⋮

 **609** **30,8 mil** **690**
Publicaci... Seguidores Siguiendo

Lorena Guerra
Blog personal
Ingeniera Agrícola y Agricultora
agricolalorew@gmail.com
www.lorew.es/

 **jovenes_agricultoras, n_team_comunicacion y 2 personas más** siguen esta cuenta

Siguiendo ▾ [Enviar mensaje](#) 

Girasol 2022 Girasol 2022 Se vende 1 Siega 2022



https://www.instagram.com/agricola_lorew

CONSEJOS BÁSICOS PARA USAR LAS REDES SOCIALES

1. SENTIDO COMÚN
2. USAR LA LEY DEL MENOS ES MÁS
3. BUSCAR UN OBJETIVO, ¿Qué quiero conseguir con el uso de mis redes sociales?
4. IMPORTANCIA DE ACERCARSE AL PÚBLICO OBJETIVO
5. CUIDAR SIEMPRE EL TIPO DE MENSAJE
6. ADAPTAR CADA MENSAJE A LAS DIFERENTES REDES SOCIALES
7. TENER UN PEQUEÑO PLAN DE CRISIS Y USARLO EN CASO NECESARIO
8. REVISAR, REVISAR Y REVISAR

**Es el tercer sitio más
visitado de internet**





Podemos tener 3 tipos de presencia

Perfil: corresponden a cada uno de los usuarios/personas. Facebook tiene mecanismos para detectar perfiles falsos y quiere que tu información sea veraz. Los perfiles no pueden tener acceso a las estadísticas de su cuenta y publicaciones.

Página: es la forma más profesional de estar en Facebook. Puede tener varios administradores y permite conocer las estadísticas de rendimiento. Es necesario que tengas un perfil para crear una página o ayudar a administrar una. Las páginas son lugares públicos en Facebook donde los artistas, los personajes públicos, las empresas, las marcas, las organizaciones y las organizaciones sin ánimo de lucro pueden ponerse en contacto con sus fans o clientes.

Grupos: muy usados para crear comunidad sobre temas o intereses comunes. Puedes crearlos desde tu perfil y hacerlos abiertos o cerrados.

Ventajas de una página de Facebook para mi empresa

- Mejorar tu imagen de marca
- Conseguir una mayor fidelización y *engagement*
- Atraer más tráfico orgánico hacia tu página web
- Conocer mejor a tus clientes.
- Ofrecer una cercanía emocional con tus clientes
- Crear una comunidad en torno a tu marca
- Mejorar el posicionamiento SEO



Centro de marketing de Facebook

- Casos de éxito
- Soluciones de negocio
- Inspiración
- Anuncios
- Formación gratuita

Meta Soluciones de negocio Tecnologías Inspiración Formación y recursos

Asistencia Crear un anuncio

Objetivo sugerido Conectar con clientes

Plan de marketing personalizado

Olvídate de las conjeturas a la hora de hacer crecer tu negocio

Obtén desde asesoramiento detallado hasta insights por sectores y herramientas para supervisar tu progreso, todo en un mismo lugar.

Crea un plan

Bay Bakery
Food Truck

- Overview
- Goals
- Saved
- Preferences



¿Cómo usar Instagram?

- 1.Descarga la app.
- 2.Abre la app.
- 3.Crea una cuenta.
- 4.Explora y selecciona gente para seguir.
- 5.Dale en [Instagram likes](#) a fotos que te gusten.
- 6.Sube fotos a tu cuenta y aplícales filtros.
- 7.Usa hashtags.

El ejemplo de
://www.instagram.com/agricola_lorew

<https://www.instagram.com/p/CB6SjhrCkrb/>



Instagram para empresas



Objetivos

Productos

Para creadores

Inspiración

Ayuda

Crea un anuncio

- Casos de éxito
- Soluciones de negocio
- Inspiración
- Anuncios
- Formación gratuita

90 %

Personas que usan Instagram y siguen a una empresa ¹

2/3

Personas encuestadas que afirman que Instagram hace posible la interacción con las marcas ²

50 %

Personas que usan Instagram y se interesan más por una marca tras ver sus anuncios en la plataforma ³

Linked





Es una **red social profesional**.

Desde 2018 ha sido la red con **mayor crecimiento profesional** en España anualmente.

En el mundo **26 millones** de personas que usan LinkedIn.

Solo en **España hay más de 10 millones** de personas registradas. Lo que supone más de un **50% de la población activa** en España.

¿Por qué usar LinkedIn?

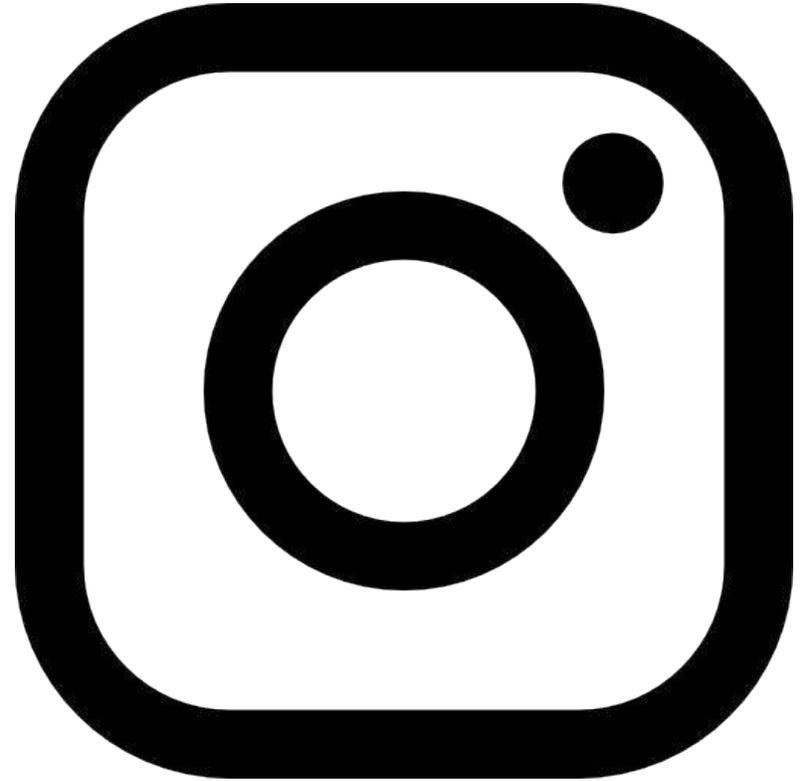
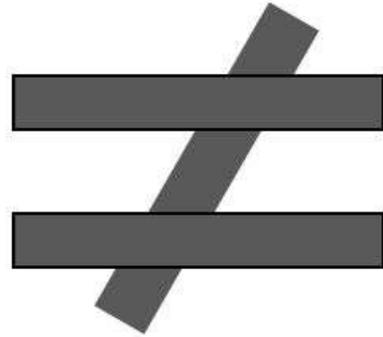
El principal objetivo de LinkedIn es fomentar lo que llaman conexiones profesionales –mismas que se clasifican en grados–, y que pueden ser usadas para:

- Buscar trabajo u oportunidades de negocio basándose en recomendaciones de alguna conexión.
- Las compañías pueden anunciar oportunidades de trabajo y los usuarios pueden marcar trabajos en los que estén interesados.
- Se pueden usar conexiones de segundo grado y mayores para establecer contactos con fines de negocio o profesionales.
- Se puede usar identidad entre empleados de una misma compañía formando grupos.
- Existe lo que le llaman *LinkedIn Answers*, que le permite a los usuarios hacerle preguntas a la comunidad.
- Es posible crear grupos para usuarios con intereses en común, por ejemplo por área profesional.





**¿Para qué nos
sirve LinkedIn?**





**Oportunidades de
colaboración y
empleo: para buscar y
que nos encuentre.**



✓ **Visibilidad de nosotros y nuestra marca**



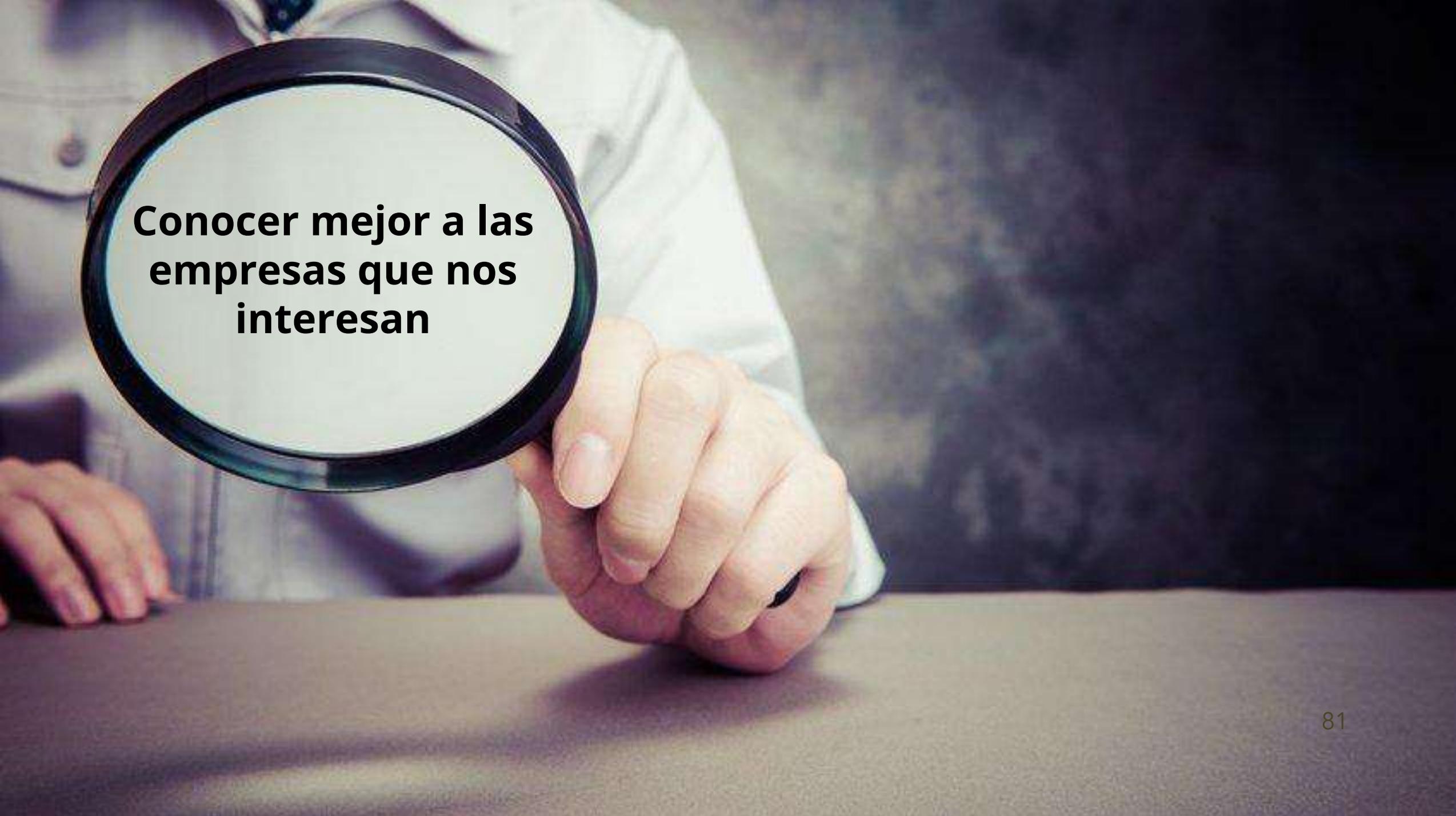
**Construir nuestra reputación:
actualizaciones en un entorno profesional**

The image features a hand holding a black smartphone in the center. The phone's screen displays a profile picture of a person with a red apple on their head. Surrounding the phone is a world map with several circular avatars of diverse people placed at various geographical locations. The background is a solid teal color. A white text box is overlaid on the bottom part of the image.

Expandir y mantener la red profesional

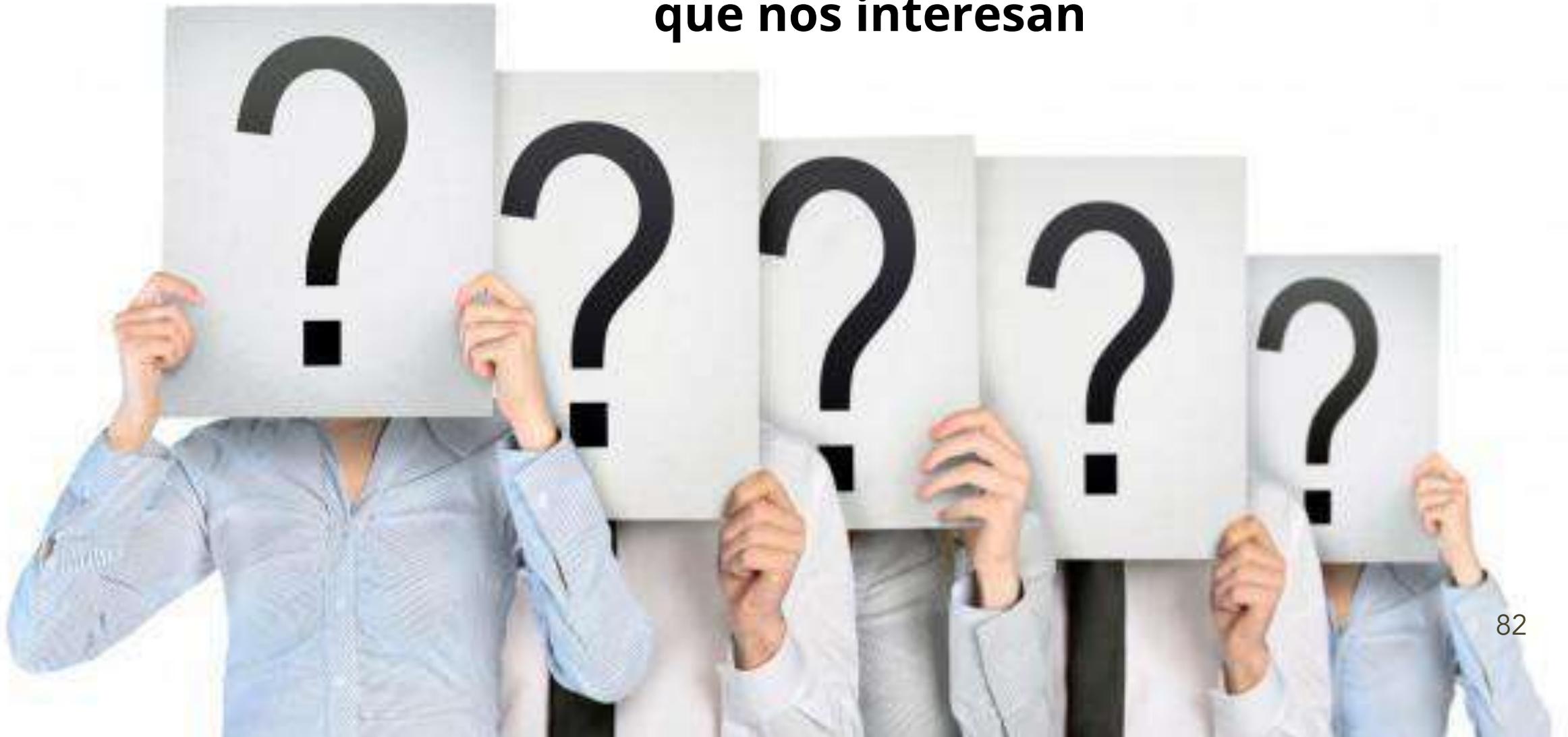


**Acceso a
contactos clave**

A person wearing a white shirt is holding a magnifying glass over a document on a table. The magnifying glass is held in their right hand, and the text is centered within the lens. The background is a dark, textured surface.

**Conocer mejor a las
empresas que nos
interesan**

Saber más de profesionales que nos interesan



Distinguimos entre...

PERFILES (y creadores)

PÁGINAS

GRUPOS

¿Sabemos la diferencia?



10 claves para un buen perfil profesional





EL SEO ES CLAVE

Investiga cuales son los términos más atractivos relacionados con tu profesión.

Estas keywords no son más que aquellas palabras por las que quieres que te encuentre en LinkedIn pero teniendo en cuenta su nivel de búsqueda y de competencia.

CUIDA LOS DATOS CLAVE

Start home business? - We've helped thousands worldwide build successful home business for

Te ayudo a crear tu marca personal en LinkedIn. Convierte co

1 Pon sólo tu nombre y apellidos

2 Usa una fotografía profesional

3 Haz un titular profesional atractivo e incluye tus palabras clave

4 Amplía tu red a +500. Recuerda: cuida la calidad no la cantidad

5 Di lo más importante en las 2 primeras líneas del extracto

in Angeles Carsi Lluch 1er

Experta en LinkedIn+Social Selling ► Ayudo a empresas y a profesionales a conseguir sus objetivos de negocio con LinkedIn

Triunfa con LinkedIn • Universidad Pontificia Comillas
Madrid, Madrid, España • Más de 500

Enviar mensaje

¿Quieres conseguir resultados en LinkedIn, ya sea clientes, empleo o mejorar tu imagen profesional? Estaré encantada de conocerte y saber en qué puedo ayudarte. ¡Déjame ser tu guía en LinkedIn! 📞 +34 630163203 | 📧 +3...

Ver más ▾

Descubre tu Zona de Alto Rendimiento & Bienestar

- Estrés
- + Energía Mental
- + Foco
- Desgaste

Forbes
COPE
yodona
rtve
AR
ATUSALVD
El Economista

Susana Cantón Palomar • 1er

Maximiza tu Energía, Minimiza tu Estrés, Transforma tu vida. Programas & Talks
EJECUTIVOS SENIOR.

susanacanton.com • Universidad Complutense de Madrid
Madrid y alrededores, España • Más de 500

Enviar mensaje Más...

Te encuentras en procesos de alta exigencia con gran sobrecarga, y te gustaría cambiar algo para: ¿Rendir mejor y sin estrés? ¿Disfrutar del final de la jornada con más energía? o a lo largo de ella. ¿O cómo recuperarte tras tantos a...

Ver más

UN BUEN EXTRACTO

Es lo más visto en un perfil después del titular profesional.

También cuenta para el SEO.

Aprovecha para contar lo más personal de ti y tus logros.

Aparece plegado y solo son visibles las dos primeras frases ¡tenlo en cuenta!

AÑADE ELEMENTOS VISUALES

Fotos y cabecera

Slideshares

Enlaces a contenidos multimedia...



INCLUYE TUS DATOS DE CONTACTO (Al menos tu correo).



**Twitter:
la red con más
influencia**



Consejos para usar Twitter

- Trabaja tu marca personal
- Actualiza con contenidos coherentes y que se adecuen a tus objetivos
- Huye de insultos y descalificaciones
- Sigue a gente aunque no te sigan a ti
- Deja de seguir a aquellos que no te aporten nada
- Utiliza Hashtag
- Utiliza listados



Twitter para empresas

- Casos de éxito
- Soluciones de negocio
- Inspiración
- Anuncios
- Formación gratuita

 **Empresas**

Quiero...



**Empezar a usar
Twitter**



**Acceder a los
cursos de
Twitter Ads**



**Hacer publicidad
en Twitter**



**Consultar
recursos para
agencias**



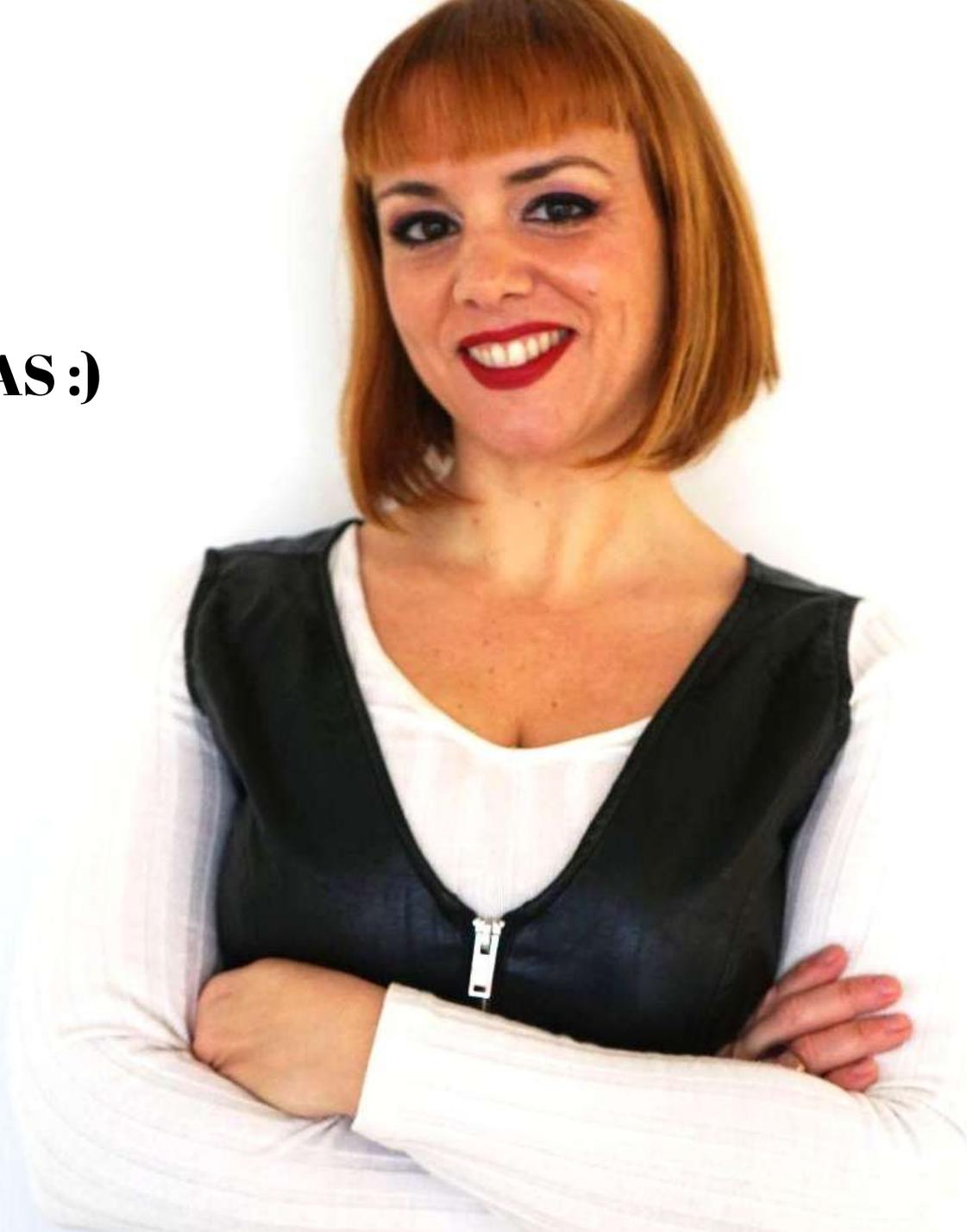
¿Y ahora?



!?



GRACIAS :)



**Amparo
Cantalicio Torres**

@acantalicio

amparo.cantalicio@gmail.com