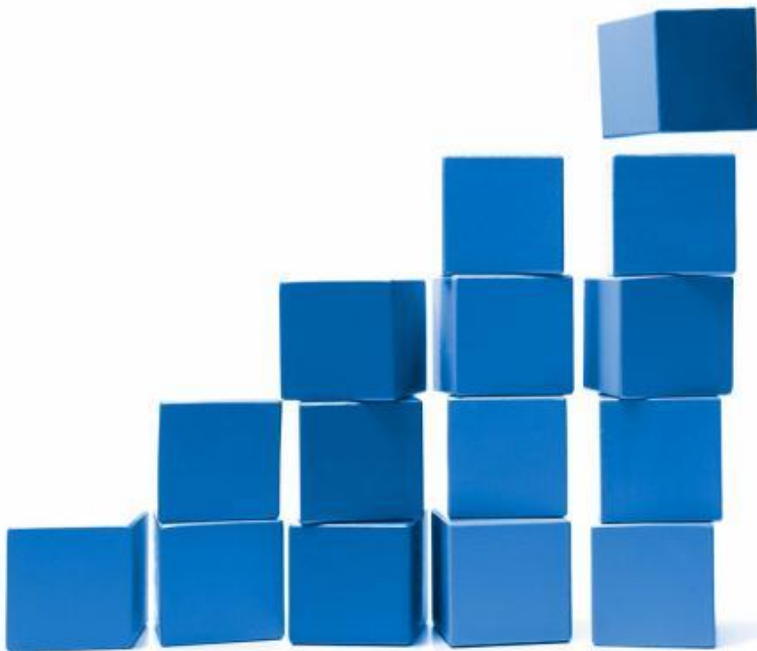


# Networking: Las Redes Sociales

Ciclo de charlas para Emprendedores



**High performance. Delivered.**

# REDES SOCIALES

- Las **redes sociales** son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones que comparten intereses comunes.
- Si hablamos de Internet, las **redes sociales** son páginas que permiten a las personas conectarse con sus conocidos e incluso realizar nuevos contactos, con el fin de compartir un contenido, interactuar y crear comunidades sobre intereses comunes.



# REDES SOCIALES

## EL ORIGEN

- El origen de las **redes sociales** se remonta, al menos, a 1995 con el sitio web **classmates.com**, cuyo objetivo era que la gente pudiera recuperar el contacto con antiguos compañeros de colegio, instituto, universidad, etc.
- Luego en el 2002 comienzan a aparecer sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea o comunidades virtuales que se hicieron populares en el 2003 con la llegada de sitios tales como **MySpace** o **Xing**.



# REDES SOCIALES

## USOS

- Los distintos usos de las **redes sociales** pueden clasificarse de la siguiente manera:
  - Motivos Personales
  - Negocios – Conectarse con Clientes
  - Negocios – Networking
  - Marketing – Branding
  - Entretenimiento - Ocio



# REDES SOCIALES

## PRESENCIA EN LAS REDES

- Desde 2011 todo el mundo quiere subirse al tren de las redes sociales ya que se dice que quién no está en las redes sociales no existe. Pero en materia de negocios, estar por estar no sirve de nada; detrás de la presencia online debe haber una **estrategia**.
- Ante la duda sobre si tú negocio debe estar o no en la redes sociales, la respuesta es simple. Si tus clientes están en las redes sociales, debes estar en ellas.
- Es importante tener en claro que el **objetivo** de todo negocio es **aumentar los ingresos** y para ello debe **captar clientes**. De este modo, la **reputación online** servirá como una herramienta más para captar nuevos clientes y mantener los existentes.
- Otro punto a destacar es la selección de las redes en las que vamos a participar. No todas son útiles para todos los modelos de negocio. Debemos **elegir las redes acorde al target de clientes y al tipo de negocio**.



*Turning  
strangers  
into friends  
and friends  
into  
customers*

# REDES SOCIALES

## EL ROL DEL COMMUNITY MANAGER

- El **Community Manager** es el responsable de mantener, cuidar y acrecentar la comunidad de seguidores que la marca o empresa atraiga y por ende es el nexo entre las necesidades de los mismos y las posibilidades de la empresa en el plano digital.
- Cualidades del **Community Manager**:
  - Verdadero experto en herramientas de Social Media/Networking
  - Conocimiento profundo de los planes estratégicos del negocio y los intereses de los clientes
- Community Manager: ¿**SI** o **NO**? ¡Esa es la cuestión!
  - Nadie mejor que uno mismo para conocer su propio negocio e impulsarlo.
  - Pero ante la necesidad de sub-contratar este servicio, resultará útil buscar a alguien con quién nos sintamos cómodos para trabajar codo a codo.



# REDES SOCIALES

## CONSEJOS PARA PLANTEAR TU ESTRATEGIA EN LAS REDES SOCIALES

- No caigas en el típico **“No tengo tiempo”**. Ganar experiencia y conocimiento en el campo de las Redes Sociales es un proceso de aprendizaje -que como cualquier otro, tiene un desarrollo progresivo que irás descubriendo a medida que te involucres-.
- Convertite en un **experto** proporcionando **contenidos nuevos** relacionados con tu actividad. Así vas a lograr atraer a gente interesada que te tendrá en cuenta como referente.
- Utilizá el canal de las Redes Sociales para **escuchar a tus clientes**. A través de las Redes podrás obtener **feedback** de tus productos y servicios cómo así también saber qué están necesitando tus clientes (actuales o potenciales).
- Aprovechá la funcionalidad de las Redes Sociales para **brindar servicio**. Puede ser una forma económica y más instantánea de brindar soporte.
- Poné tu negocio en el mapa a través de las herramientas de **geo-localización**.



# REDES SOCIALES

## ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA

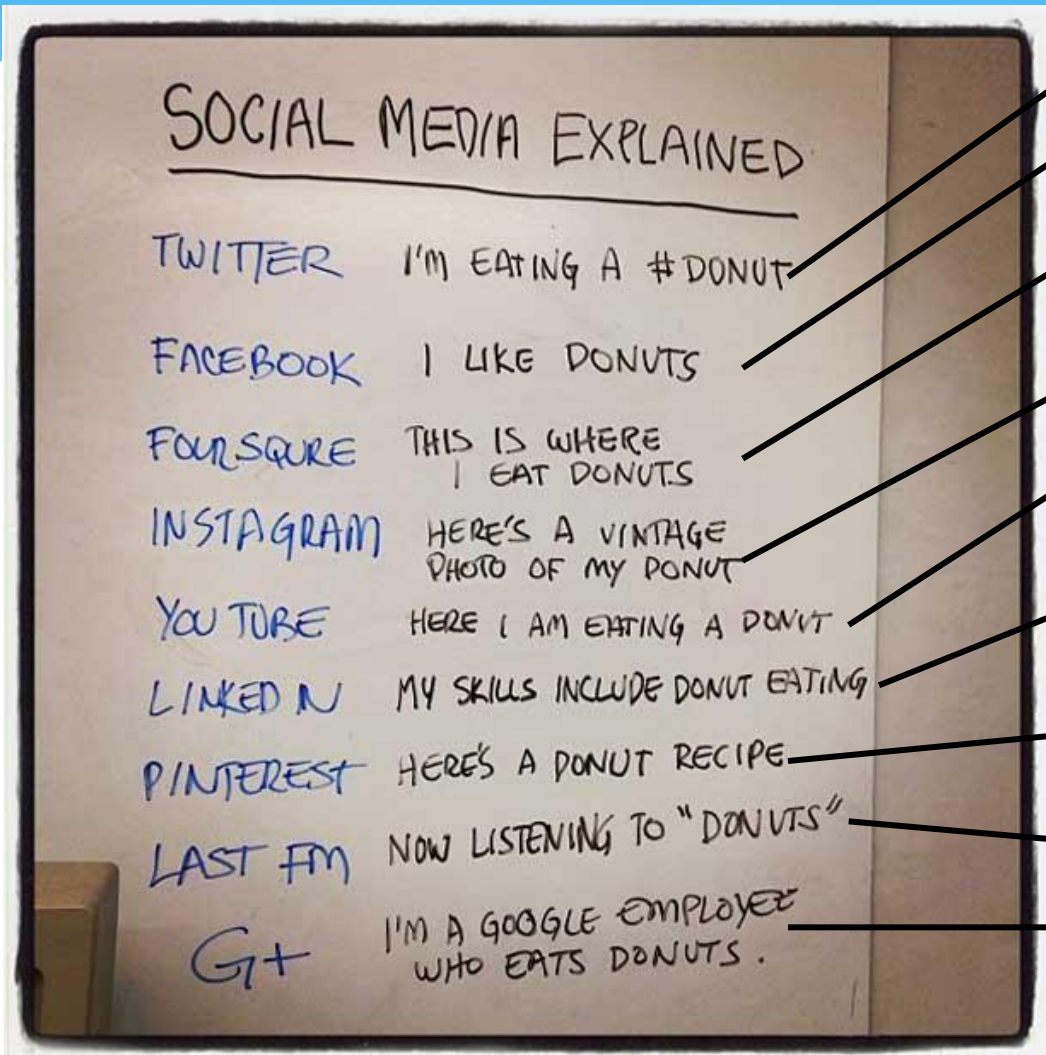
- Finalmente, a la hora de analizar si nuestra **estrategia en las Redes Sociales** funciona, debemos evaluar si la misma es **rentable**.
- Si estar presente en las Redes Sociales sólo nos representa un costo que no nos trae beneficios, debemos replantearnos la estrategia. E inclusive, debemos re-considerar si es momento de que nuestro negocio esté en las redes o si todavía debe madurar un poco más apoyado en otras campañas más tradicionales.





# REDES SOCIALES

(¡EXPLICADAS!)



Estoy comiendo una #medialuna

Me gustan las medialunas

Acá es donde estoy comiendo medialunas

Mirá está foto copada de mi medialuna

Este es un video mío comiendo medialunas

Mis habilidades incluyen comer medialunas

Está es una receta para hacer medialunas

Estoy escuchando «Medialunas»

Soy un empleado de Google que come medialunas

# LINKEDIN



# LINKEDIN

Es como Facebook, pero con corbatas.

# LINKEDIN

**Si ya tengo Facebook y Twitter, ¿Para qué quiero otra red social? ¿De qué me sirve?**

***1) Conecta. Encuentra. Haz que te encuentren: Construye tu identidad profesional en Internet y mantente en contacto con compañeros de clase y de trabajo.***

LinkedIn te permite conectarte con otros profesionales que se encuentran en puestos similares (o diferentes) al tuyo, que trabajan en empresas que te resultan de interés, con compañeros de trabajo, con ex compañeros de trabajo, etc. El abanico de posibilidades es infinito, básicamente te permite conectarte con cualquier otra persona que también tenga una cuenta de LinkedIn, siempre y cuando esta persona acepte nuestra invitación. Cada profesional “sube” a LinkedIn su perfil, similar a su CV y al cual pueden acceder los otros usuarios (esto dependerá de la privacidad de la cuenta). Y no solo podemos encontrar a otros profesionales, sino que otros profesionales pueden encontrarnos y querer conectarse con nosotros.

# LINKEDIN

## ***2) Impulsá tu carrera: Descubrí oportunidades profesionales, tratos de negocios y nuevas empresas.***

Al estar conectados con otros profesionales, imaginen el potencial que tiene la red que construyamos en LinkedIn: podemos consultar a otras personas sobre la empresa en la cual trabajan, sobre posiciones que nos interesan, debatir en diversos grupos, postularnos a oportunidades laborales, etc. Incluso puede que tengamos suerte y un selector nos contacte para ofrecernos una oportunidad laboral, ya que tenemos el perfil que él está necesitando.

## ***3) Informate y compartí: Obtené las últimas noticias, la inspiración y la información que necesitas para destacar en tu trabajo.***

Por último pero no menos importante, LinkedIn nos da la posibilidad de compartir información, artículos propios, blogs, etc. Esto significa que los otros profesionales también harán lo mismo, de tal forma que vamos a encontrar información muy valiosa. Imaginen que son profesionales de la salud, y la mayoría de sus contactos / conexiones son otros profesionales de la salud, por ende es casi seguro que la información que estos compartan les resulte de interés y viceversa. A diferencia de otras redes sociales, la información que se comparte tiene relación casi exclusivamente con el ámbito profesional. Por otra parte, LinkedIn cuenta con una excelente plataforma de noticias destacadas, con diferentes canales a los cuales pueden suscribirse de acuerdo a sus preferencias.

# REDES SOCIALES

## EJERCICIOS (interactivo)

- Breve repaso por las Redes Sociales mas populares
  - FACEBOOK
  - TWITTER
  - YOUTUBE
  - LINKEDIN
  - INSTAGRAM
- Casos de estudio reales: Como utiliza las redes sociales una empresa:
  - Ver el caso de una empresa “grande” con fuerte ´presencia (Sodimac)
  - Ver casos de distintas Pymes

# REDES SOCIALES

## EJERCICIOS (interactivo)

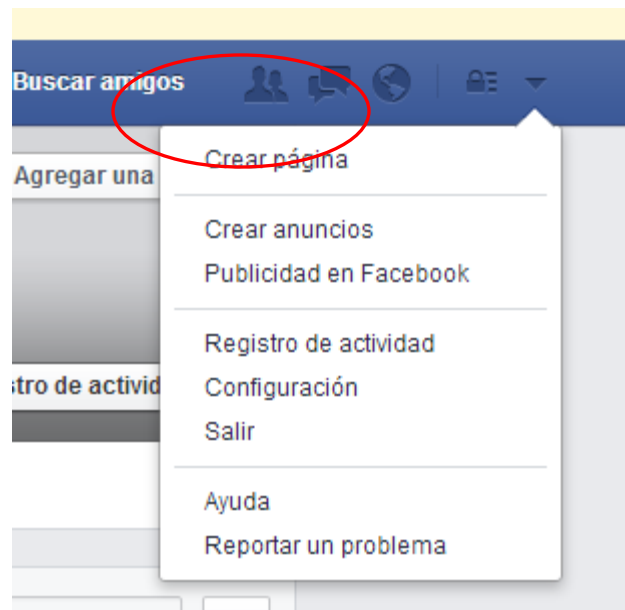
- Creación de un perfil propio
  - Como funciona una Fan Page en Facebook
    - Imagen
    - Contactos
    - Contenido
    - Más acciones

# ¿Cómo creamos una Fan Page?

**facebook**®  
Fan Pages

# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Desde nuestro perfil, seleccionamos la flecha que se encuentra en la parte superior derecha. Luego presionamos la opción “Crear una página”.





# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Selección el tipo de página que quiero hacer de acuerdo al rubro de mi negocio.

## ✦ Crear una página

Crea una página de Facebook para establecer una relación más estrecha con tu público y clientes.

Páginas que me gustan

Páginas que administro



Lugar o negocio local



Empresa, organización o institución



Marca o producto



Artista, grupo musical o personaje público



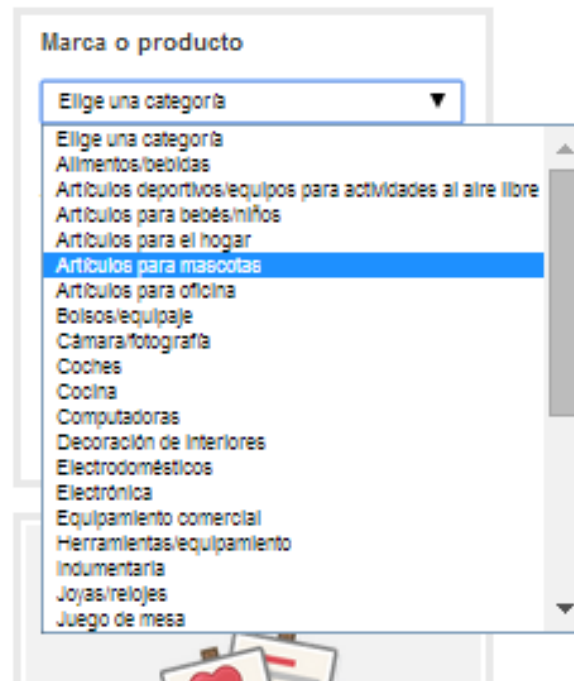
Entretenimiento



Causa o comunidad

# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Seleccionamos la categoría de la marca o producto/ Lugar o negocio/ Empresa, etc.



# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Elegimos la marca de nuestro producto.

**Marca o producto**

Cocina ▼

Fueguín

Al hacer clic en "Empezar", aceptas las Condiciones de las páginas de Facebook.

**Empezar**

# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Primero agregamos información sobre la marca.
- Contarle a la gente sobre qué es la página.
- Agregar un sitio web (en el caso de tenerlo)

## Configurar Fuegoín

1 Información >> 2 Foto de perfil >> 3 Agregar a Favoritos >> 4 Llegar a más personas

**Sugerencia:** agrega una descripción y un sitio web para mejorar el posicionamiento de tu página en la búsqueda. Los campos marcados con un asterisco (\*) son obligatorios.

Agrega algunas oraciones para contarle a la gente de qué se trata tu página. De esta forma, se ~~mostrará en los resultados de búsqueda adecuados. Puedes agregar más detalles en cualquier momento en la configuración de la página.~~

\*Tell people what your Page is about.. 155

Sitio web (por ejemplo, enlace de Twitter)

¿Fuegoín es una empresa, un producto o una marca real?  Sí  No  
Esto ayudará a que las personas encuentren este negocio, producto, o marca más fácilmente en Facebook.

**Guardar información** Omitir

# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Seleccionamos una foto desde la computadora o la importamos de un sitio web.

### Configurar Fuegoín

---

1 Información → **2 Foto de perfil** → 3 Agregar a Favoritos → 4 Llegar a más personas

---



Subir desde  
la  
computadora

Importar  
desde un sitio  
web

# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Agregamos la página a Favoritos para poder encontrarla más rápido y fácil.

**Configurar Fuegoín**

1 Información >> 2 Foto de perfil >> **3 Agregar a Favoritos** >> 4 Llegar a más personas

**FAVORITES**

- News Feed
- Messages
- Events 2

Agrega tu página a la sección de favoritos para tener acceso de manera fácil y en cualquier momento.

Fuegoín

**Agregar a Favoritos**

Omitir

# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Si querés crear un anuncio **pago**, completá los datos del formulario que se muestra en la página siguiente.
  - ¿A qué países está interesado vender?
  - Intereses comunes: En este caso llenar con palabras claves que se relacionen con el artículo/servicio que usted provea.
  - Presupuesto diario: Cuánto gastaría por día para publicitar el artículo/servicio.
- Si **NO** querés crear el anuncio, seleccioná **“Omitir”**.

# ¿Cómo creamos una Fan Page?

1 Información 2 Foto de perfil 3 Agregar a Favoritos 4 Llegar a más personas

Crea un anuncio para conseguir que más personas indiquen que les gusta tu página.

Anuncio de muestra <sup>[?]</sup>



Fueguín  
Cocina  
Anuncios



Ubicación <sup>[?]</sup> Países ▼ Argentina x

Intereses <sup>[?]</sup> Cocina x Cocina (habitación) x  
accesorios prácticos de cocina x  
Agrega de 4 a 10 intereses...

Edad 21 ▼ - Sin máximo ▼

Sexo Todos Hombres Mujeres

Presupuesto diario <sup>[?]</sup> \$83,00 Aprox. 81 - 248 Me gus... ▼

Divisa (ARS) Peso argentino ▼

Términos y condiciones Promocionar página Omitir



# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Invita a tus amigos a que les guste tu página para darle más promoción, llenando el nombre de tus amigos en la opción indicada.



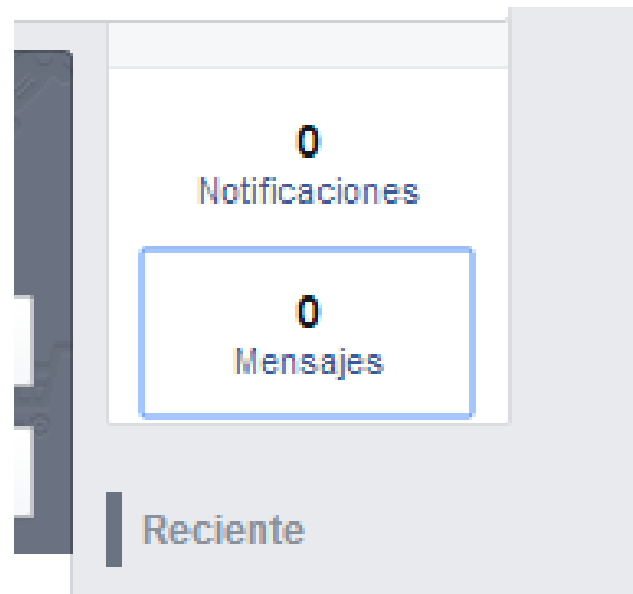
# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- Desde la opción “Agregar una portada” Seleccionamos una foto de portada para nuestra página.



# ¿Cómo creamos una Fan Page?

- En la parte superior, a la derecha, podemos ver las notificaciones y mensajes recibidos a la página.



# Preguntas y contacto

- ▶ ¿Preguntas sobre el curso?



- ▶ Dejanos tus comentarios
- ▶ Datos de contacto

Por cualquier consulta puedes contactarnos a: [voluntariado@accenture.com](mailto:voluntariado@accenture.com)

*Fin...*

**¡Muchas Gracias!**

