

Programa Online de Capacitación Agentes

Cómo ayudar a una
pyme a que elija en qué
redes sociales le interesa
estar en este entorno
post-COVID

14 de diciembre 2020

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

ivACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

ORGANIZA:

CEEI
COMUNIDAD
VALENCIANA



Sesión 1 - Las redes sociales: dónde, cuándo y por qué

Sesión 2 - Creación y puesta en marcha de un plan de Redes Sociales



¿Qué hacemos cuando queremos comprarnos algo?



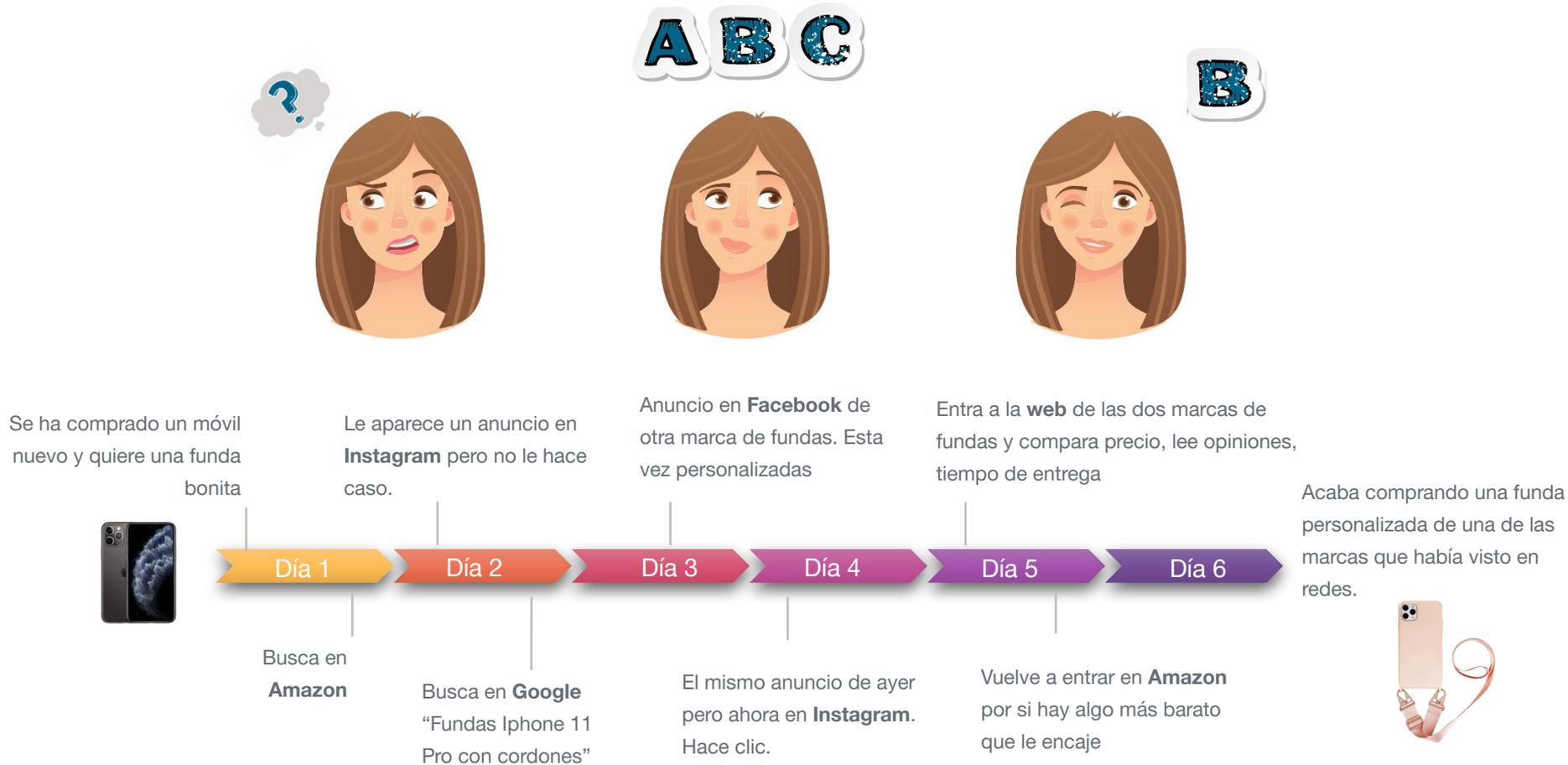
A B C



B



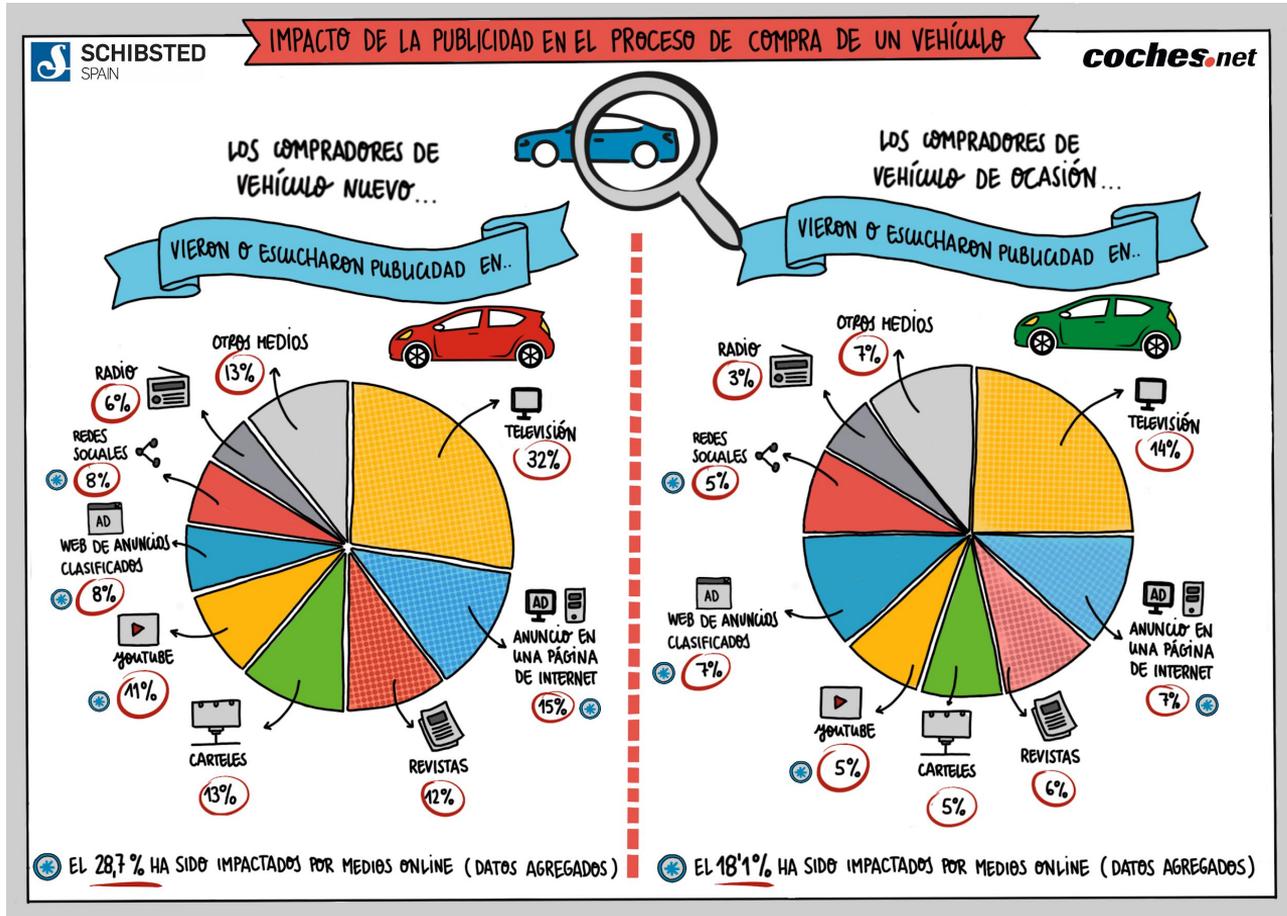
¿Qué hacemos cuando queremos comprarnos algo?



¿Qué hacemos cuando queremos comprarnos algo?



¿Qué hacemos cuando queremos comprarnos algo?



Impactos



**¿QUÉ REDES O PLATAFORMAS
DIGITALES?**



**¿Qué redes sociales
u otras plataformas utilizais?
¿Cuándo? (Frecuencia)
¿Qué publicáis?**

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DIGITAL

Nuestra presencia digital:

- Búsqueda en Google
- Redes
- Web
- Noticias

Google

ajuntament d'ontinyent

Aproximadamente 2.260.000 resultados (0,62 segundos)

www.ontinyent.es

Ajuntament d'Ontinyent

Has visitado esta página 2 veces. Fecha de la última visita: 14/06/20.

LA PAGINA WEB MUNICIPAL ... Valencià
(Ontinyent, 15-02-2011).- La pagina web del Ayuntamiento ...
Valencià · Inici · Ajuntament ...

Telèfons d'interès
Casa de Cultura - Palau dels Barons de Santa Bàrbara ...

Processos Selectius
... SEU Electrónica · Perfil Contractant · Transparència ...

Organigrama Municipal
... ESPORTS I JOVENTUT. DECRET'S ORGANIGRAMA ...

Transparència
TRANSPARÈNCIA INFORMACIÓ ORGANITZATIVA I ...

Más resultados de ontinyent.es »

es-es.facebook.com > ... > Onteniente > Ayuntamiento

Ajuntament d'Ontinyent - Inicio | Facebook

Ajuntament d'Ontinyent, Onteniente. 9868 Me gusta · 730 personas están hablando de esto · 3 personas han estado aquí. Facebook de l'Ajuntament...

es-la.facebook.com > ajOntinyent > Traducir esta página

Ajuntament d'Ontinyent - Inicio | Facebook

Ajuntament d'Ontinyent, Onteniente. 9.865 Me gusta · 642 personas están hablando de esto · 3 personas estuvieron aquí. Facebook de l'Ajuntament...

ontinyent.sedelectronica.es > Traducir esta página

Seu Electrónica de Ontinyent

Ajuntament d' Ontinyent Ir a la página principal · Informació general · Catàleg de tràmits · Carpeta electrònica · Cita prèvia. 23/09/2020 19:35:01. Catàleg de ...

twitter.com > ajontinyent > Traducir esta página

Ajuntament d'Ontinyent (@ajOntinyent) | Twitter

Os últimos chíos de Ajuntament d'Ontinyent (@ajOntinyent). Benvinguts al Twitter de l'Ajuntament d'Ontinyent! #Ontinyent, Ontinyent.

www.levante-emv.com > Tags

Noticias de Ayuntamiento de Ontinyent - Levante-emv

Ayuntamiento de Ontinyent, las noticias de actualidad y hemeroteca de Ayuntamiento de

Descargar	
Todos los resultados orgánicos	
Resultados Orgánicos	7
Resultados de Publicidad	0
Anuncios de Ficha de Producto	0
Listados Locales	0
Listados de Videos	0
Listado de Imágenes	0
Listados Nuevos	0
Listado de Noticias	0
Datos de preguntas frecuentes	0

Descargar esta información

SEO Minion? Please rate us at [Chrome Web Store](#)

Ver fotos

Datos del mapa ©2020 Inst. Geogr. Nacional

Ajuntament d'Ontinyent

Sitio web · Cómo llegar · Guardar · Llamar

4,0 ★★★★★ 30 reseñas de Google

Ayuntamiento en Onteniente

Dirección: Plaça Major, 1, 46870 Ontinyent, Valencia

Horario: Abre pronto · 8:00 -

Teléfono: 962 91 82 00

Sugerir un cambio · ¿Eres el propietario de esta empresa?

¿Conoces este lugar? Comparte la información más reciente

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DIGITAL

Nuestra presencia digital:

- Búsqueda en Google
- Redes
- Web
- Noticias



EJERCICIO



Analiza tu situación digital

	Perfil	Seguidores	Alcance	Interacciones	Impresiones
Web	X				
Facebook	√				
Instagram	√				
Youtube	X				

¿A QUIÉN ME DIRIJO?

BUYER PERSONA O AVATAR - CLIENTE

Una buyer persona es una representación semi-ficticia de nuestro consumidor final (o potencial) construida a partir su información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones.



BUYER PERSONA O AVATAR - CLIENTE

Crear una ficha por cada buyer persona

- Descripción
- Qué le motiva a adquirir mi producto o servicio
- Qué no le gusta
- Quien influye en sus compras
- Qué redes utiliza

Cómo es su día a día



Ejemplo: **NUEVO** Buyer persona



Cristina, 38 años

 Vive en Zaragoza

 Responsable de producto en empresa de ropa deporte.

 Es heavy user de Internet y las redes sociales. Las utiliza para inspirarse, buscar información, comparar y ver otros comentarios. Las utiliza tanto a nivel personal como profesional. Reserva y compra online.

● ● ● ● ● LinkedIn

● ● ● ● ● Facebook

● ● ● ● ● Twitter

● ● ● ● ● Instagram

● ● ● ● ● Youtube

● ● ● ● ● Uso del ordenador/tablet

● ● ● ● ● Uso del móvil

● ● ● ● ● Medios de comunicación y Blogs

Cristina es mamá de una niña de 4 años. Durante el verano siempre viaja en familia por las costas españolas. Cataluña, Valencia y Murcia son sus destinos habituales. Su estancia mínima es de 1 semana. Siempre en hotel. **Está pensando en apartamentos, para no cruzarse con tanta gente. Puede que su estancia sea solo de 4 días.**

Motivaciones para alojarse en mi hotel

- **Limpieza del hotel: mascarillas, geles, mamparas, zonas protegidas....**
- Relación calidad precio muy buena. **Que no suba los precios porque tengo menos ingresos**
- Cerca de la playa. **Cerca de una playa adaptada para mantener la distancia**
- Buffet del hotel muy variado. Mesas alejadas. **Menús individuales. Servicio en la habitación.**
- Dispone de gimnasio y spa. **Gimnasio súper limpio. No se plantea ir al spa.**

Rechazos

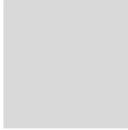
- **Pocos ascensores y siempre llenos. Espacio muy reducido**
- Piscina abarrotada y pocas hamacas. **No hay organización o la piscina estará cerrada**
- Animación para la niña escasa. **Muchos niños. Todos juntos...**

¿Quién influye en sus decisiones?

Blogs, revistas, amigas, las redes sociales e influencers. **Las noticias, su familia, los blogs de mami...**

EJERCICIO





NOMBRE

Descripción....

BIO

MOTIVACIONES

¿POR QUÉ LE INTERESAN MI PRODUCTO/SERVICIO?

RECHAZOS

¿POR QUÉ NO COMPRA MI PRODUCTO/SERVICIO?

¿QUIEN INFLUYE EN SUS COMPRAS?

- AMIGAS
- INFLUENCERS
- FAMILIARES
- TELEVISIÓN

USO DE REDES SOCIALES

- FACEBOOK
- INSTAGRAM
- YOUTUBE
- WHATSAPP

¿CÓMO ES SU DÍA A DÍA?

7h 9h 13:30 17h 20:30h 22:30h →

¿QUÉ LE CUENTO?

TERRITORIOS O TEMAS

- ¿De qué puedo hablar en mis redes sociales?
- ¿Qué le interesa a mi cliente?
- ¿Que temas podría tratar?



Territorios de marca: ¿De qué hablamos?

Hotel (Instalaciones)	Hotel (servicios)	El destino	Fechas señaladas
Tipo de habitaciones	Buffet	Distancia aeropuerto	Fiestas del destino.
Recepción	Animación	Playas	Celebraciones
Camas	Aqua gym	Gastronomía	Bodas
Gimnasio	Yoga / Pilates	Cultura	Comuniones
Spa	Servicio cuidado de niños	Excursiones	Día internacional de...
Piscina	Animación	Tiendas	Fiestas alrededores
Salón de banquetes	Excursiones	Restauración	
Catering		Peluquerías	

ropa	abrigo	complementos	Campañas
faldas	chaqueta	bolsos	outlet
camisas	abrigos	mascarillas	rebaixes
pantalón	cardigans		día de la mare
vestido	..		comunió
...			
...			

Territorios de marca: ¿De qué hablamos?

Hotel (Instalaciones)	Hotel (servicios)	El destino	Fechas señaladas
Tipo de habitaciones Recepción Camas Gimnasio Spa Piscina Salón de banquetes Catering	Buffet Animación Aqua gym Yoga / Pilates Servicio cuidado de niños Animación Excursiones	Distancia aeropuerto Playas Gastronomía Cultura Excursiones Tiendas Restauración Peluquerías	Fiestas del destino. Celebraciones Bodas Comuniones Día internacional de... Fiestas alrededores
Cómo serán ahora las habitaciones. Horario de piscina. Limpieza de: ascensores, escaleras, spa, gimnasio. Medidas higiénicas. Medidas de seguridad. Servicio médico.	Separación de mesas del buffet. Áreas de animación. Desaparece el cuidado de niños. Señalización de los servicios. Conductas y normas.	Playas cercanas al hotel con horarios y separación. Fase en la que se encuentra el destino. Taxis, autobuses, excursiones con empresas especiales.	Se anulan las fiestas de los destinos. Qué tipo de celebraciones se pueden celebrar. Etc.

EJERCICIO



Tema 1	Tema 2	Tema 3

**¿QUÉ REDES O PLATAFORMAS
DIGITALES?**

PLATAFORMAS o canales



BIO

ANA G. MARTINELI

Ana G. tiene 42 años, es mamá de dos niñas de 3 y 6 años. Actualmente trabaja como administrativa en una empresa familiar. Vive en Barcelona, es un piso pequeño por lo que el espacio de su casa es reducido...

MOTIVACIONES

¿POR QUÉ LE INTERESAN MI PRODUCTO/SERVICIO?

- Por la calidad del material
- El servicio es inmediato
- Por las recomendaciones de otro

RECHAZOS

¿POR QUÉ NO COMPRA MI PRODUCTO/SERVICIO?

- Porque no envió a domicilio
- Por el idioma
- Por el precio

¿QUIEN INFLUYE EN SUS COMPRAS?



USO DE REDES SOCIALES



¿CÓMO ES SU DÍA A DÍA?



EJERCICIO



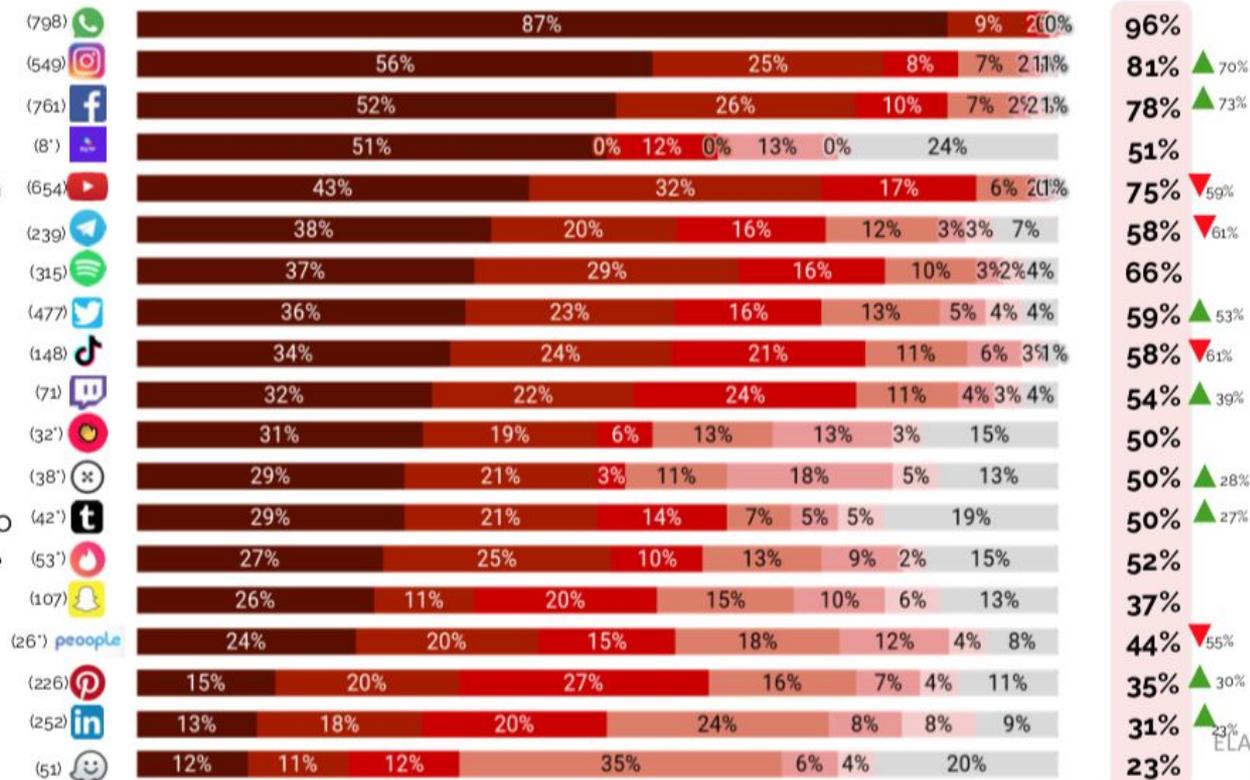
**¿Qué voy a utilizar para mi
comunicación digital?**

- redes
- whatsapp
- web
- blog

¿CUÁNDO?

FRECUENCIA

■ Varias veces al día
 ■ Cada día
 ■ Cada 2-3 días
 ■ Cada semana
 ■ Cada 2 semanas
 ■ Cada 3-4 semanas
 ■ Menos frecuencia



WhatsApp e Instagram son las dos Redes Sociales con mayor frecuencia.

Instagram este año le ha arrebatado la segunda posición a Facebook.

El número de redes que aumenta la intensidad de uso (con uso diario) es relevante en esta edición.

TOTAL USO DIARIO



Estudio Anual Redes Sociales 2020

ATROCINADO POR:



• ¿Cada cuánto te conectas o visitas las Redes Sociales que mencionas visitar?

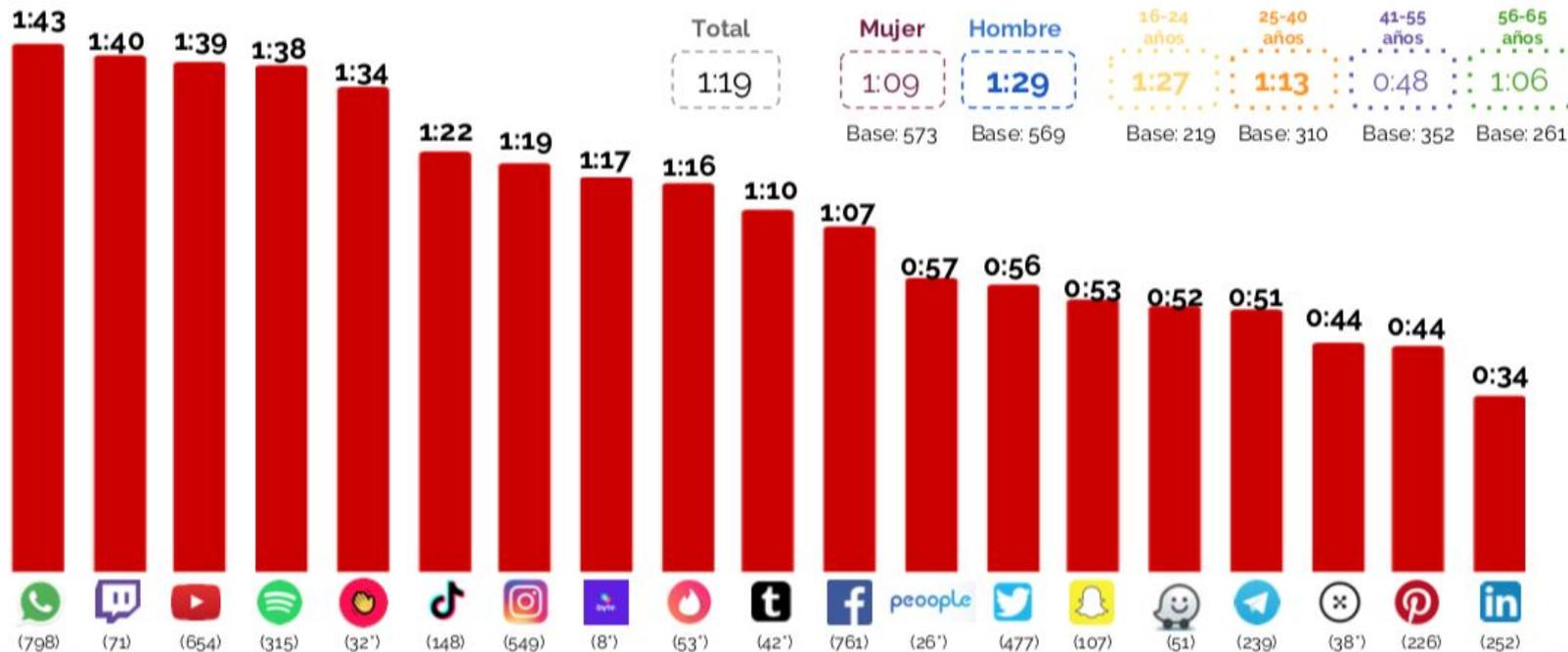
Base usuarios RRSS: 990



USO REDES : horas/día

#IABESTUDIORKSS

- Por otro lado, y aunque sea en declarativo, **la intensidad de uso de este año aumenta respecto al anterior**: pasamos de 55 min en promedio a 1h 20min aproximadamente. (probablemente debido al confinamiento).
- Los hombres y los menores de 40 años son los que están más horas conectados.
- En Whatsapp, Twitch, Youtube, Spotify y HouseParty son las redes donde pasamos más tiempo. **Facebook pierde cuota de minutos.**



PATROCINADO POR:

ELABORADO POR:

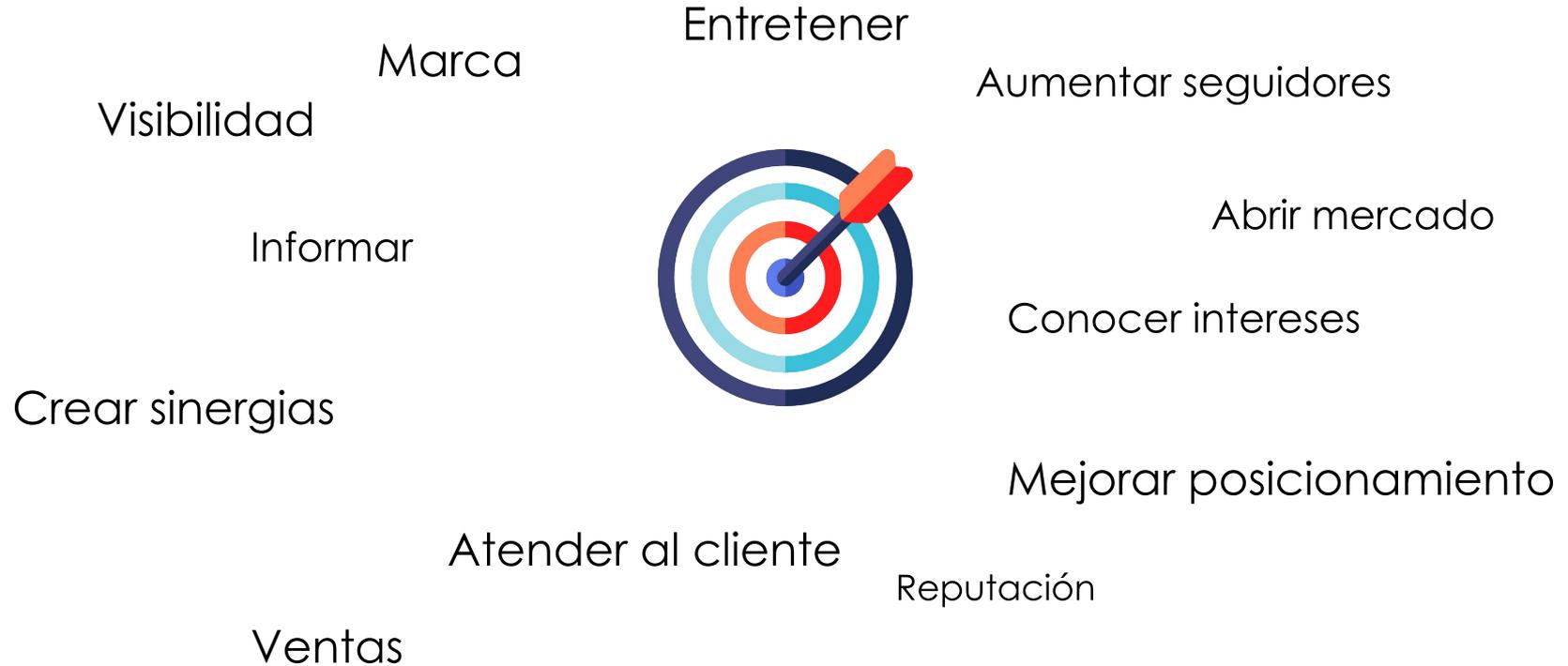
EJERCICIO



¿Con qué frecuencia?

¿PARA QUÉ?

¿Cuál es vuestro objetivo?



Tipos de objetivos Marketing y comunicación:

CUANTITATIVOS: se refieren a la obtención de resultados medibles. Normalmente se refiere a mejorar resultados económicos. Ejemplo:

Beneficios

Ventas

**Mayor valor en
el mercado**

Más clientes

CUALITATIVOS: relacionados con conseguir un mejor posicionamiento, una mejor imagen de marca en el mercado. Ejemplo:

Imagen

Posicionamiento

**Satisfacción
del cliente**

Calidad

Tienen que ser “inteligentes”



Específico, medible, alcanzable, realista-relevante, con tiempo de inicio y fin

Ejemplo

- Aumentar un 10% el número de visitas a la web desde de las redes, en 2 meses
- Conseguir un 15% más de ventas en Instagram en 3 meses
- Aumentar el alcance en RRSS un 5% cada mes

EJERCICIO



Objetivos

Objetivo	Ahora	Conseguir mes 1
Conseguir 100 seguidores en Facebook en un mes	1.120	
Publicar 3 Stories a la semana	1	

¿CÓMO?

Con contenidos

TIPOLOGÍAS DE CONTENIDOS

por intención

El contenido ha sido creado o seleccionado por que ayuda a uno de estos elementos



Marca



Producto



Experiencia



Territorio

por formato

El contenido ha se clasifica por el tipo de formato en el que se encuentra



video



imagen



texto



link



interactive

por resultado

El contenido ha se clasifica por el tipo de reacción que provoca con en su receptor



Informar



Entretener



Participación



Inspirar

por autoría

El contenido ha se clasifica por quien ha sido el responsable de su creación



Ownerd



Co-author



Curated



Earned

por derechos

El contenido ha se clasifica por el tipo de derechos que hay sobre él



Free



Creative commons



Copyright

por su utilización

El contenido ha se clasifica en función si se ha utilizado previamente o no



Usados



Reciclados



Nevera

por valor temporal

El contenido ha se clasifica por el tipo de valor que tiene en el tiempo



Síncronos



Asíncronos

Ejemplo

“Servicio asesoramiento”

Facebook:

- Foto
- Post en notas
- Vídeo
- Storie
- Encuesta
- Portada
- Opinión de otros

Instagram

Noviembre 2020

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	Servicio asesoramiento 4 FB portada	5	Servicio asesoramiento 6 IG Storie	7	8
9	Servicio asesoramiento 10 FB nota	Servicio asesoramiento 11 IG Foto	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	Servicio asesoramiento 27 FB vídeo	28	29
Servicio asesoramiento 30 IG Vídeo						

Programa

Cuando ya sepas qué vas a compartir y con qué texto... ¡Programa el contenido!

Creator Studio es fantástico

Ve a tu página de Facebook

Entra en Herramientas

Haz clic en Creator Studio

Haz clic en crear publicación.

Programa el día y la hora que quieres que se publique:

Facebook e Instagram

Creator Studio

Turistate Sumeru

Inicio

Publicar algo...

Subir vídeo

Transmitir

Ver cómo hacer mejores vídeos

Mira y obtén consejos y trucos sobre cómo planear y mejorar tu contenido de vídeo de Facebook

Ver vídeo

Ignorar

Recientes Publicaciones

Últimos 7 días

No has publicado ningún vídeo recientemente. Intenta publicar al menos tres veces a la semana para obtener más interacciones de tus seguidores.

Crear publicación

Estadísticas

Últimos 7 días

Minutos reproducidos

0 ▲ 0 %

Reproducciones de vídeo de 1 minuto

0 ▲ 0 %

Seguidores netos

-1 ▲ 0 %

Interacción

0 ▲ 0 %

Publicaciones

Últimos 28 días

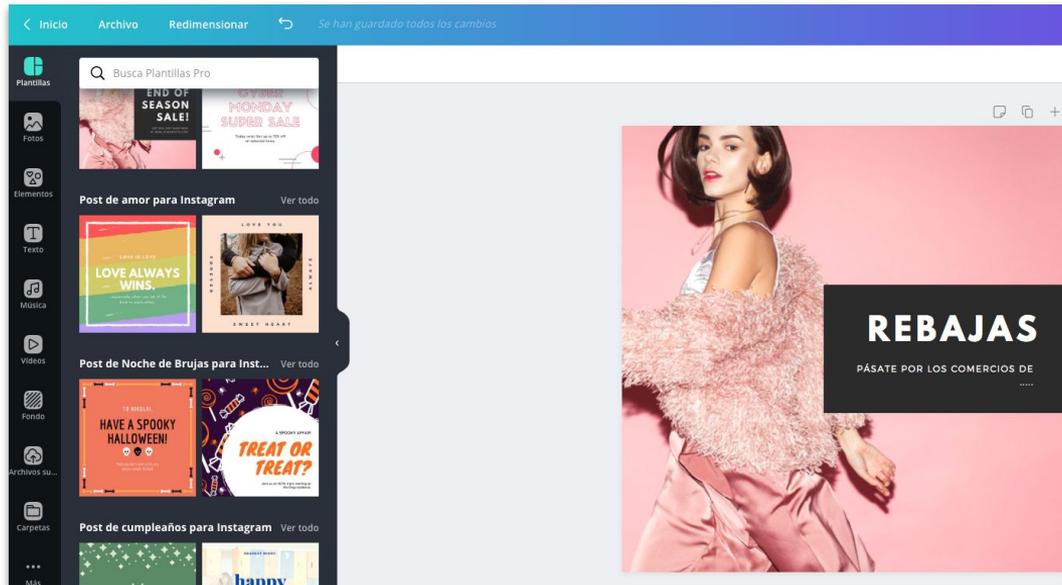
0 publicaciones programadas

0 borradores

0 publicaciones que caducarán

Herramientas

Utiliza herramientas como Canva.com o Crello para crear diseños para redes: portadas, publicaciones, mini vídeos, gifs. ¡Apuesta por el diseño!



OTRAS HERRAMIENTAS

Google My Business

¿Qué es y para qué sirve?

1. Mayor visibilidad
2. Mayor credibilidad (reseñas)
3. Mejor imagen
4. Los usuarios pueden geolocalizarte (apareces en Google Maps)
5. Pueden ponerse en contacto contigo de diferentes formas (web, teléfono...)
6. Mejor posicionamiento SEO local
7. Puedes aportar información (horario, quienes somos, fotografías...)
8. Escaparate virtual (mostrar productos)
9. Gestionar tu reputación digital
10. Nos da estadísticas

Acceder:

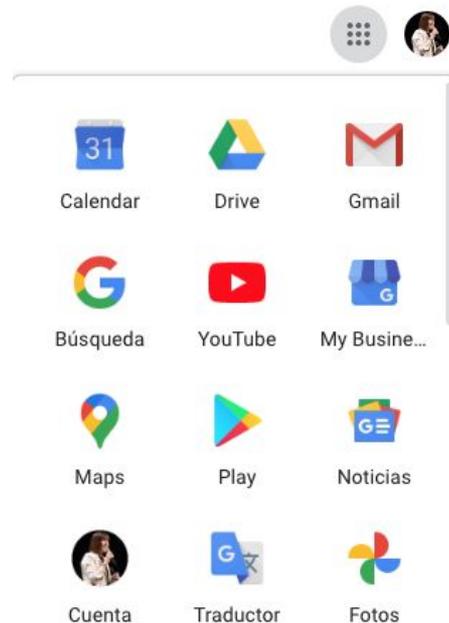
https://www.google.com/intl/es_es/business/



Interactúa con tus potenciales clientes en Google de forma gratuita

Con una cuenta de Google My Business, consigues más que una ficha de empresa. Tu perfil de empresa gratuito te permite conectar con tus potenciales clientes fácilmente a través del Buscador de Google y Maps.

Gestionar ahora



Acceder:

Si aún no es tuyo... ¡Reclámalo!



Ver fotos

Albaida
Centre de Salut Albaida
Datos del mapa ©2020 Inst. Geogr. Nacional

Ver exterior

Stela's Perfums i Més

[Sitio web](#) [Cómo llegar](#) [Guardar](#)

5,0 ★★★★★ 1 reseña de Google

Tienda de cosméticos en Albaida

✓ Compra en tienda · ✓ Recogida en tienda · ✓ A domicilio

Dirección: Carrer del Real, 42, 46860 Albaida, Valencia

Teléfono: 661 74 72 20

[Sugerir un cambio](#) · [¿Eres el propietario de esta empresa?](#)

Añadir información que falta

[Añadir horario comercial](#)

[¿Conoces este lugar?](#) Comparte la información más reciente

Reseñas de la Web

Conseguir una ficha de empresa excelente:

1. Información completa y actualizada
2. Fotos
3. Responder a las reseñas de los clientes
4. Palabras clave y SEO

Paso a paso

Google My Business

Buscar ubicaciones

Pastelería Soler

Avinguda de la Fira, 19
46860 Albaida
Valencia

Inicio

Publicaciones

Información

Estadísticas

Reseñas

Mensajes

Fotos

Productos

Sitio web

Usuarios

Crear un anuncio

Consigue tu Gmail personaliz...

Añadir una ubicación nueva

Gestionar ubicaciones

Cuentas vinculadas



Esta ubicación tiene información actualizada de los usuarios de Google o de otras fuentes. Revisa las actualizaciones publicadas para asegurarte de que son precisas. [Más información](#)

[Aceptar todo para esta ubicación](#)



Pastelería Soler

Pastelería

Avinguda de la Fira, 19 46860 Albaida
Valencia

Añadir zona de servicio

lunes	9:30 - 14:00 17:30 - 21:30
martes	9:30 - 14:00 17:30 - 21:30
miércoles	9:30 - 14:00 17:30 - 21:30
jueves	9:30 - 14:00 17:30 - 21:30
viernes	9:30 - 14:00 17:30 - 21:30
sábado	9:30 - 14:30 17:30 - 21:30
domingo	10:00 - 14:30 17:30 - 21:30

Ver horario completo
Añadir horario

Ver en la Búsqueda

Ver en Maps

Compartir tu perfil de empresa

Anúnciate fácilmente en pocos minutos

Pastelería en Albaida

Anuncio · <https://www.pasteleriasoler.es/>

Pastelería Soler - Pedidos De Pasteles Y Panes

Aparece cuando los clientes te busquen en la Web en sus ordenadores o dispositivos móviles. Configúralo en cuestión de minutos y paga solo cuando se haga clic en tu anuncio. [Más información](#)

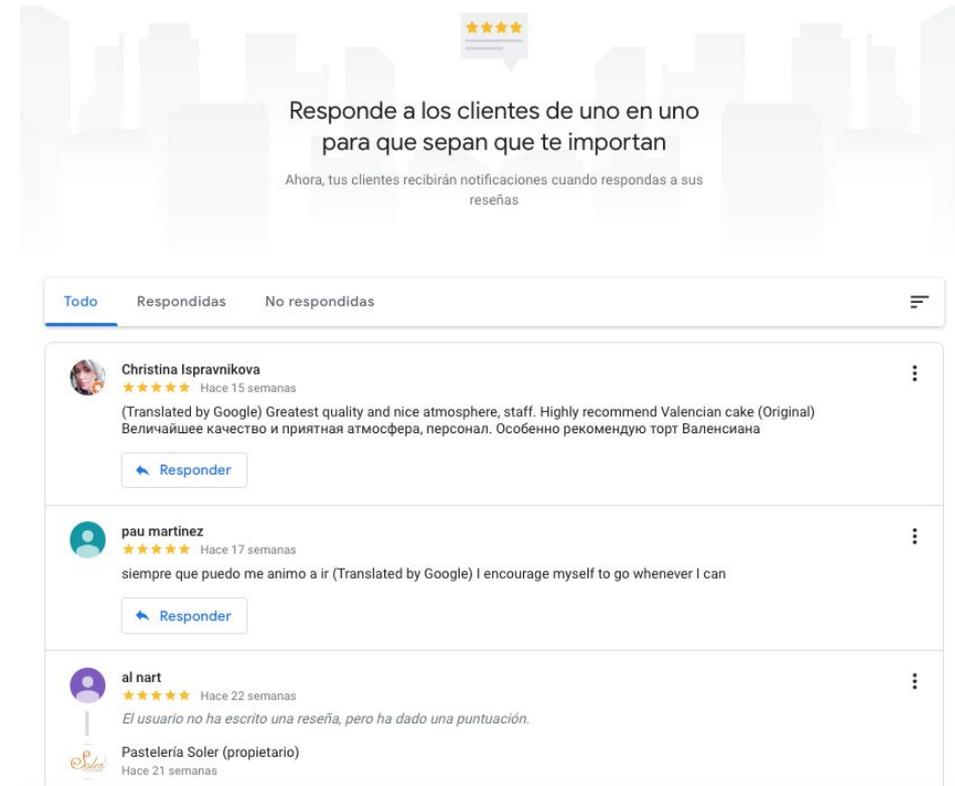
Empezar ahora

Cerrar esta empresa en Google

Puedes marcar esta empresa como cerrada de manera

Reseñas

1. Las reseñas van creando tu reputación digital
2. Es posible que sea lo primero que ven tus clientes acerca de tu negocio
3. Las reseñas son como el boca a boca
4. Permiten percibir y resolver problemas
5. Al responder muestras que valoras sus opiniones
6. Debes responder lo más rápido posible
7. Cuando recibes una reseña Google te envía un email
8. Aumentan la confianza en nuestra empresa
9. Si no puedes responder asegúrate que está verificada tu cuenta



Responde a los clientes de uno en uno para que sepan que te importan

Ahora, tus clientes recibirán notificaciones cuando respondas a sus reseñas

Todo Respondidas No respondidas

Christina Ispravnikova
★★★★★ Hace 15 semanas
(Translated by Google) Greatest quality and nice atmosphere, staff. Highly recommend Valencian cake (Original)
Величайшее качество и приятная атмосфера, персонал. Особенно рекомендую торт Валенсиана

[Responder](#)

pau martinez
★★★★★ Hace 17 semanas
siempre que puedo me animo a ir (Translated by Google) I encourage myself to go whenever I can

[Responder](#)

al nart
★★★★★ Hace 22 semanas
El usuario no ha escrito una reseña, pero ha dado una puntuación.

Pastelería Soler (propietario)
Hace 21 semanas

Publicar

- Novedades
- Eventos
- Ofertas
- Productos



WhatsApp Business

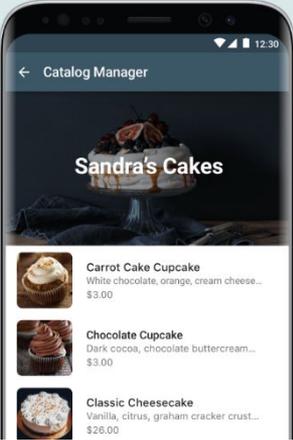
¿Qué variantes podemos encontrar?

- **Whatsapp Personal:** intercambios instantáneos de mensajes de forma gratuita.
- **Whatsapp Business:** permite crear un perfil de empresas y responder de manera rápida y eficaz a los mensajes de los clientes.
- **Whatsapp Business API:** de pago. Está pensada para empresas grandes que tienen un gran volumen de mensajes y varios agentes de comunicación.

Centraremos la formación en Whatsapp Business y sus prestaciones:

WhatsApp business

1. Información de la empresa
2. Respuestas automáticas
3. Etiquetar mensajes/clientes
4. Horario de atención
5. Catálogo de productos o servicios
6. Vincular con Facebook (página)
7. Trabajar por WhatsApp web
8. Crear listas de distribución



The image shows a smartphone screen displaying the 'Catalog Manager' interface for a business named 'Sandra's Cakes'. The screen shows a list of three products: 'Carrot Cake Cupcake' for \$3.00, 'Chocolate Cupcake' for \$3.00, and 'Classic Cheesecake' for \$26.00. Each product has a small image and a brief description of its ingredients.



Aplicación WhatsApp Business

WhatsApp Business es una aplicación que se puede descargar de forma gratuita y se diseñó pensando en las pequeñas empresas y negocios. Crea un catálogo para mostrar tus productos y servicios. Comunícate fácilmente con tus clientes mediante herramientas que te permiten automatizar, ordenar y responder mensajes de forma rápida.

WhatsApp también puede ayudar a las pequeñas y medianas empresas a brindar soporte técnico a sus clientes y a enviarles notificaciones importantes. Obtén más información acerca de la [API de WhatsApp Business](#).

DESCÁRGALO EN TU TELÉFONO

ANDROID IPHONE

Por qué Whatsapp business



Productos styling de vent...



Corte pelo moderno

13,00 €



Pack especial corte pelo...

24,00 €



Corte a tijera y peine

13,00 €



Rasurado barba o cabeza

12,00 €

Video cómo funciona

<https://www.youtube.com/watch?v=BZFWgazBKbE>



**¿HABÉIS CUMPLIDO LOS
OBJETIVOS?**

Medición

¿Ha funcionado lo que has hecho?

Para ello resulta imprescindible medir. ¿Y cómo hacerlo? Estableciendo tus propias métricas que se ajusten a tu proyecto.

Analiza todo lo que hagas mes a mes. Estudia tus resultados y cambia de tácticas y acciones si no obtienes los resultados queridos



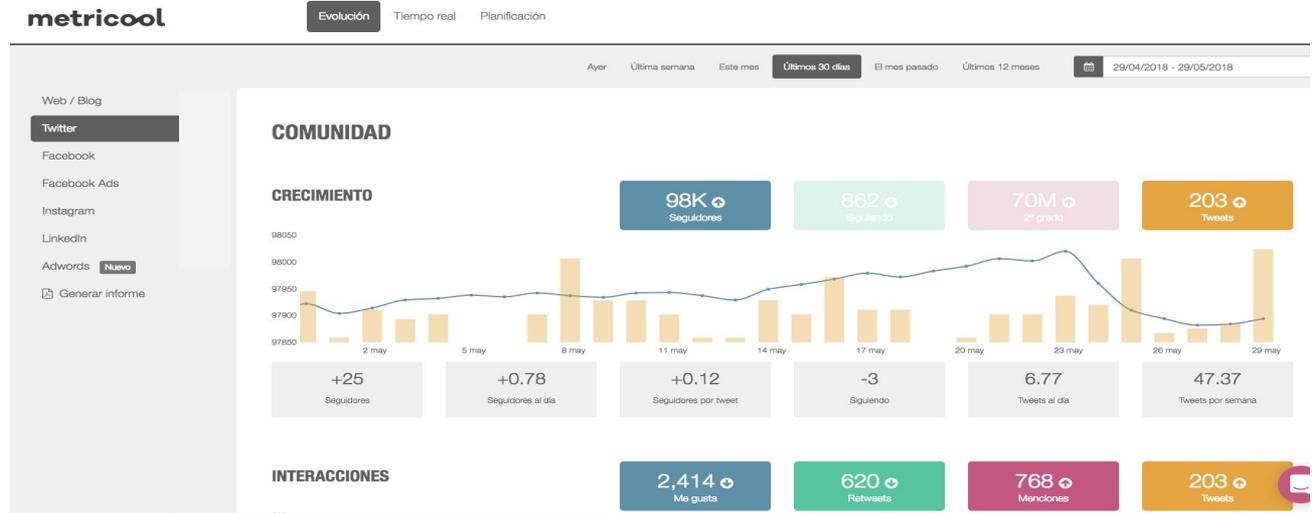
Medición de resultados

<i>OBJETIVOS</i>	<i>AHORA</i>	<i>OBJETIVO</i>
Conseguir 100 seguidores en Facebook en un mes	1.345	1.500
Publicar 4 fotos a la semana en Instagram	2 o 3 al mes	12
Conseguir 3% más de visitas al mes en la web	10	230
Aumentar 10% Ventas web propia	1	2
Tráfico a la web	2.300	3.100



Herramientas de Medición

Datorama
Metricool
Hootsuite
DataStudio



Gracias

clara@sumeru.es

