



**LESSON CONTENT TEMPLATE**

 <p>Erasmus+</p>	<p>Project funded by: <b>Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.</b></p>
---	--

## 1. Documento de la lección

Tema 6: “Redes Sociales”

Lección 1

### Marketing en Redes Sociales

Introducción

Síguenos en Instagram y Twitter. Encuéntranos en Facebook, LinkedIn, Tik Tok. Suscríbete a nuestro canal de Youtube. ¿Cuántas veces durante el día escuchas o lees estas oraciones en alguna parte?

En muy poco tiempo, las redes sociales han ocupado un lugar muy importante en nuestras vidas, tanto privadas como empresariales. Cada vez hay más personas, pero también negocios que se conectan a través de las redes sociales. Como el tiempo que la gente pasa en las redes sociales es muy grande, los especialistas en marketing lo han visto como un gran lugar para promocionar y comunicarse con los consumidores.

Hoy en día, para que tu negocio sobreviva, pero también se desarrolle, debes estar presente en alguna de las plataformas. Pero no pienses que solo estar presente es suficiente, es aún más importante que estés activo, te comuniques con los usuarios y coloques regularmente contenido interesante e interactivo.

En esta lección aprenderemos...

pasos que debemos seguir antes de comenzar a publicar en las redes sociales, qué tipo de medios pueden ser y cuáles son los beneficios de usar el marketing en redes sociales.



Resource: [Pixabay](#)

## Beneficios de utilizar el marketing en redes sociales

¿Cómo puedes contribuir a tu negocio usando las redes sociales? Porque:

1. Desarrollas conciencia de marca a través de un alcance más amplio
2. Estás ampliando tu red, lo que te permite ganar nuevos negocios (socios) y clientes
3. Mejoras tu interacción con clientes fieles
4. Obtienes mejor información del cliente
5. Ganas más influencia

Pasos que debe seguir antes de comenzar a publicar en las redes sociales.

Antes de publicar tu primera publicación o historia en cualquiera de las plataformas, hay pasos que no debes saltarte.

Establezca objetivos claros y el propósito de su presencia en la plataforma

Como en cualquier otro segmento de negocios y marketing en redes sociales, debe tener objetivos claros que liderará. Es necesario definir objetivos SMART. Para ser específico (¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Por qué?), medible (de qué otra manera controlará si está en el camino correcto), alcanzable (las metas deben ser desafiantes, para impulsarlo hacia adelante, pero deben ser tales que pueda lograrlos), relevantes (¿cómo encaja ese objetivo en su estrategia comercial general?) y limitados en el tiempo (debe especificar ciertos plazos dentro de los cuales se debe lograr el objetivo).



Resource: [Pixabay](#)

## Crea una estrategia para el contenido que colocarás

El contenido que publiques en las redes sociales debe ser interesante, interactivo para que puedas tener una conversación con los consumidores. El contenido y la conversación deben estar orientados al consumidor, no solo hablar de ti. Además, el contenido debe proporcionar un cierto valor. El contenido que da valor puede ser: motivador, inspirador, interesante, educativo, exclusivo. Crea contenido que te diferencie de la competencia y te ayude a sobresalir.



Resource: [Pixabay](#)

## Determina en qué plataformas será visible

Cada día hay más y más plataformas. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Youtube, son algunas de las plataformas más populares que utilizan los usuarios. Cada forma de contenido se comparte en cada una de estas plataformas. Por ejemplo, el contenido de video se comparte en Youtube, Instagram es reconocible por el hecho de que el contenido es principalmente foto y video. En función del contenido que quieras colocar, y en qué plataformas se encuentra tu público objetivo, definirás la plataforma en la que estarás presente.



Resource: [Pixabay](#)

Una vez que comience a comunicarse en las redes sociales, no olvide monitorear, analizar y medir regularmente los resultados que ha logrado y compararlos con las metas que se ha fijado.

¿Qué tipo de medio puede ser?

Los medios se dividen en medios pagados, ganados y propios.

Los medios pagados son cualquier actividad paga que dirige la actividad hacia una de sus plataformas. Estos pueden ser publicaciones promocionadas en redes sociales, anuncios.

Los medios que obran en su poder son sus perfiles en las redes sociales. El contenido de estas redes es exclusivamente suyo, usted es el creador y responsable del contenido que se coloca en estos medios.

Los medios ganados no son más que una promoción gratuita. Estos medios son tus fans y usuarios que responden al contenido que les gusta. Me gusta, pistas, acciones, comentarios, calificaciones, reseñas.

Errores cometidos en Social Media Marketing:

1. No tienes una estrategia SMM
2. Solo vendes tus productos
3. Comunicación unidireccional sin escuchar
4. Hablas con las personas equivocadas
5. Envías mensajes idénticos por todos los canales
6. Publicaciones irregulares
7. No sigas lo que dice la gente

## Conclusión

**“El mejor consejo para cualquiera que intente crecer en las redes sociales es ser real y coherente. Las personas se conectarán más contigo si te mantienes fiel a ti mismo y a quién eres. Cree un cronograma en el que tenga un balance de imágenes y videos que a la gente le encantará. Solo diviértete y no tengas miedo de correr riesgos”.**

- Lele Pons, artista venezolana-estadounidense y creadora de redes sociales