

# 5 tips para mejorar tu estrategia en redes sociales





# Introducción

¡Bienvenido al club! Todo el mundo desea incrementar sus métricas, pero solo algunos entienden la importancia de contar con una estrategia integral. Y, gracias a nuestra guía, estás a punto de ser parte de ese grupo. Sigue las 5 recomendaciones señaladas y pon a prueba tu rendimiento digital. Desde definir a tu público objetivo hasta ofrecerle contenido de interés, hemos mapeado los pasos esenciales a seguir en el camino a crear una estrategia genial en social media.



# Contenido

**2**

Introducción

**5**

Define a tu público objetivo

**7**

Escucha a tu audiencia

**9**

Brinda contenido de valor

**13**

Analiza a tu competencia de forma periódica

**15**

Optimiza tus campañas en las diferentes plataformas





# 1.

## Define a tu público objetivo

¡Es importante saber a quiénes vas a dirigir tus acciones! Por ello, determinar tu público objetivo es un paso esencial en cualquier estrategia de marketing digital y social media. Esto, te permitirá conocerlos mejor, saber cómo ofrecer lo que ellos necesitan y convertirlos en clientes fieles de tu marca.

Pero, ¿cómo puedes definir a tu público objetivo? ¡Buena pregunta! El primer paso es identificar su información demográfica: edad, ubicación, sexo, nivel económico, profesión, estado civil o familiar, entre otros.

También, debes tomar en cuenta su información psicográfica, esta te aportará una definición más clara de tu público objetivo y te ayudará a segmentarlo mejor. Las características más comunes a utilizar son: intereses y aficiones, estilo de vida, comportamiento, personalidad, valores, actitudes, entre otros.



Recuerda, segmentar tu público a un mercado específico no significa que estés excluyendo a tus clientes potenciales. Todo lo contrario, estarás guiando tu estrategia a un segmento seguro.

Cada público es diferente, atrevete a conocer sus características y diseña una estrategia que se apegue a sus necesidades. Así con el tiempo, podrás ir mejorando tu estrategia y permitir que tu negocio siga creciendo.



# 2.



## Escucha a tu audiencia

Como muy bien sabemos, gracias a la transformación digital las redes sociales nos permiten relacionarnos con muchas personas en tiempo real. Y si, compartir contenido útil es importante en estos sitios, pero si solo te dedicas a publicar, estarás desaprovechando la parte “social” de las redes sociales.

Atrévete a interactuar con otras marcas, usuarios y muy importante, ¡tus seguidores! Leer y responder comentarios, así como preguntar constantemente, llamará la atención de tu público.

No tengas miedo, crea conversación, tómate un tiempo para intercambiar ideas con tus seguidores, conocer realmente qué los mueve de tu marca y agrega valor, esto mejorará tu presencia e imagen de tu empresa en redes sociales.



Sin lugar a dudas, no hay mayor satisfacción que conectar con tu público, tanto para la marca como para el seguidor. ¿A quién no le encanta leer un comentario de una marca especialmente para nosotros? ¡A todos! Sabemos que conectar rápidamente con la audiencia es difícil, pero una vez lo logres con un toque humano, te darás cuenta que todos los esfuerzos realizados valieron la pena





# 3.



## Brinda contenido de valor

Hoy en día, contar con una buena estrategia de contenidos es un gran recurso para impulsar la relación de tu público objetivo con la marca, crear vínculos más fuertes y convertirlos en fieles seguidores de la misma.

Por esa razón, conocer las fases por las que el usuario pasa antes de realizar su proceso de compra, o también conocido como *buyers journey*, es muy importante para que tu estrategia sea completa y exitosa. Así, podrás ofrecerles contenido de valor que satisfaga sus necesidades y resuelva sus problemas.

Pero, ¿cómo se dividen estas etapas? ¿cómo sé en qué fase se encuentran los consumidores? ¡No te preocupes! Te lo explicaremos ahora.



Todo comienza con la etapa de descubrimiento, en este momento el consumidor se da cuenta de su necesidad o problema, pero aún no sabe cómo resolverlo o satisfacerlo de alguna manera y acude a buscar información que lo ayude a tomar una decisión.

Cabe destacar que en esta etapa el consumidor no está buscando una marca en especial, busca posibles soluciones, recomendaciones, tips o consejos que le den respuesta a su problema. Por lo tanto, educar con contenido de valor es tu mayor herramienta para ayudar a tu cliente potencial.

Por ejemplo, si su necesidad es protegerse del sol este verano, se centrará en buscar los mejores bloqueadores solares, cuáles tienen mayor protección a los rayos UV, la importancia de aplicarse bloqueador solar en verano, entre otros. Por ello, trata de abarcar cada una de sus necesidades mediante el contenido que desarrolles para tu estrategia.

Luego pasa a la etapa de consideración, aquí el usuario ya ha investigado sobre su problema o necesidad y gracias a las distintas recomendaciones, tips, entre otros, ha logrado conseguir distintas alternativas para solucionar este mismo,



incluyendo marcas o empresas que no conocía. Sin embargo, el consumidor aún no toma una decisión.

Entonces, ¡es aquí donde se presenta tu momento de brillar! Si te guías con la metodología de Inbound Marketing, en esta etapa es primordial generar mayor confianza en los usuarios y establecer una relación significativa que te permita ganar el derecho a presentar una oferta más adelante.

Por ello, demuestra que eres una marca que quiere lo mejor para su cliente potencial, bríndale buenos consejos sin referirse directamente a la venta del producto, ofréceles contenidos premium y exclusivo por ejemplo: ebooks, guías prácticas, entre otros, y muéstrate como un experto en el sector, que sabe de lo que habla y conoce a profundidad sobre el tema.

Por último, tenemos la etapa de decisión. Aquí, el cliente ya ha decidido comprar en base a sus investigaciones y posiblemente ha descargado el contenido que le has ofrecido en la etapa de consideración.



Gracias a ello, ahora el cliente necesita más que nunca una solución hecha a su medida y es aquí cuando finalmente puedes hablar de tu marca, producto o servicio como una solución a todos sus problemas o necesidades en la etapa de descubrimiento.

Para lograr con éxito esta etapa te recomendamos:

- Brindar muestra de tu producto o servicio.
- Dar a conocer su funcionamiento.
- Ofrecer una oferta mucho más detallada y personalizada.
- Dependiendo sea tu producto o servicio, proporcionar una consultoría gratuita.



# 4.



## Analiza a tu competencia de forma periódica

Ya sea que estés empezando desde cero o quieras mejorar tu estrategia de contenidos, realizar periódicamente un análisis de tu competencia en redes sociales, o también conocido como benchmarking, te ayudará a conocer qué contenido están desarrollando en sus redes, en qué posición te encuentras respecto a ellos y lo más importante, mejorar tu estrategia en redes sociales. De esa manera, aprovecharás al máximo aquellos temas dentro de tu nicho de mercado que no se están tomando en cuenta.

Pero eso no es todo, conocer qué está realizando tu competencia, también te ayuda a saber qué tipo de contenidos funcionan y cuáles no, conocer mejor los intereses de tu público objetivo, cómo la competencia se comunica con ellos y por último, evitar que te atrases y mejorar tu posición en el sector al que te diriges.



Recuerda, no siempre eres la única marca en el mercado que ofrece tu producto o servicio, por eso es importante estar al día con las acciones que realiza tu competencia. Como dice la frase: “mantén cerca a tus amigos, pero aún más cerca a tus enemigos”.



# 5.



## Optimiza tus campañas en las diferentes plataformas

Cuando implementamos nuestras campañas, nuestro principal objetivo es que estas sean un éxito. Sin embargo, para que estas sean realmente efectivas no existe una ciencia exacta, depende de una serie de acciones que realizadas constantemente, pueden ayudar a optimizar tus campañas en medios digitales.

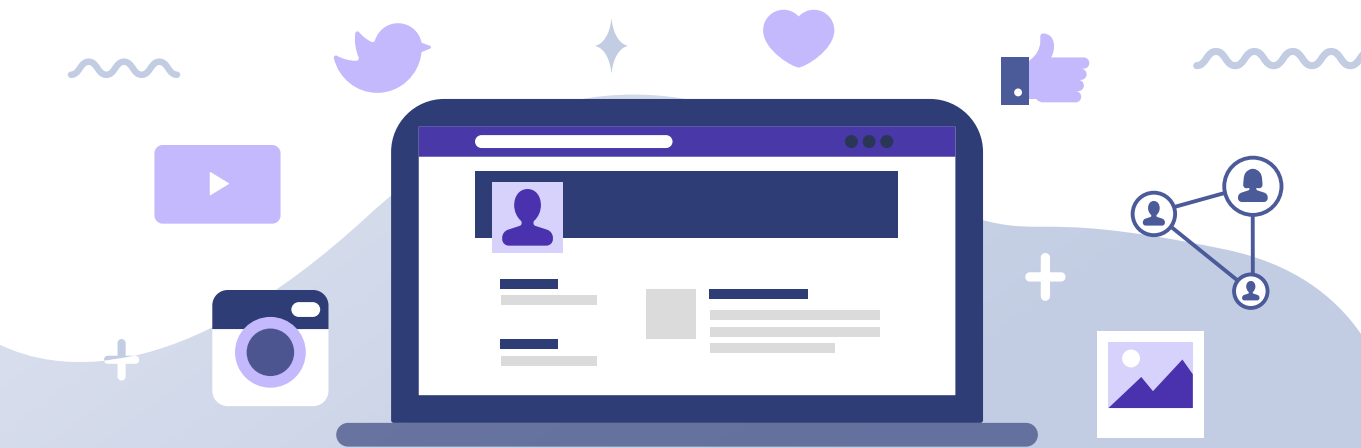
Cabe destacar que cada campaña tiene objetivos distintos, pero de igual manera, puedes realizar un análisis para tratar aspectos como: canales de tráfico, herramientas para medir comportamientos de los usuarios, saber qué factores medir de tu web, seguimiento de conversiones, entre otros. De esa manera, analizar los resultados, alinearlos para mejorar de forma adecuada a tu estrategia y conseguir resultados positivos.



El desarrollo de campañas en medios digitales puede ser una ardua tarea, pero la clave del éxito está en la optimización. Una vez utilices la data de manera correcta, tendrás una visión global de la situación, descubrirás un nuevo mundo de posibilidades y conocerás en qué punto estás y el camino que debes seguir.







# ¡Ahora estás más que listo para cumplir tus objetivos!

La gestión de redes sociales puede ser toda una aventura, pero si te atreves a probar cosas nuevas para mejorar tu estrategia lograrás con éxito todas tus metas (y más ahora luego de haber leído nuestra guía).

¡Qué esperas! Las oportunidades de mejora son muchas, solo tú tienes el poder de aprovecharlas.



# Brainstorming

**CONTÁCTANOS**



(+51) 940 301 477

[ventas@brainstorming.la](mailto:ventas@brainstorming.la)