

Investigación y manejo de redes sociales



Presentación 4: Tips y consejos para el manejo de la RRSS (Parte I)

Profesor: José Ignacio Catenacci Martín

8 MANERAS DE ENCONTRAR CONTENIDOS DE SOCIAL MEDIA INTERESANTES

1. **Google Alerts:** Se usa para obtener notificaciones de palabras clave importantes. Configurando el servicio de Alertas de Google recibiremos cada día las noticias destacadas acerca de los temas que nos interesan.
2. **Google Reader:** Hay que suscribirse a los blogs cuya temática sean de nuestro interés. Así estarás al día sobre los temas que te apasionan.



8 MANERAS DE ENCONTRAR CONTENIDOS DE SOCIAL MEDIA INTERESANTES

- 3. Listas de amigos de Facebook:** Crea listas de amigos en Facebook con tus fan pages favoritas. Así conseguirás filtrar muchísimo lo que es interesante y lo que no.
- 4. Listas de Twitter:** De similar forma, crea listas de Twitter con aquellas cuentas que siempre aportan contenidos relevantes y que te gusta compartir, por ejemplo, “Periodistas chilenos”.



8 MANERAS DE ENCONTRAR CONTENIDOS DE SOCIAL MEDIA INTERESANTES



- 5. Hootsuite:** Con este sistema podrás configurar múltiples perfiles de redes sociales diferentes, con lo que te será mucho más fácil compartir de forma rápida contenidos y estar informado de todos esos canales a la vez. Es especial para CM.
- 6. Paper.li:** con Paper.li puedes publicar tu propio diario virtual que escoge la información de diferentes plataformas sociales.

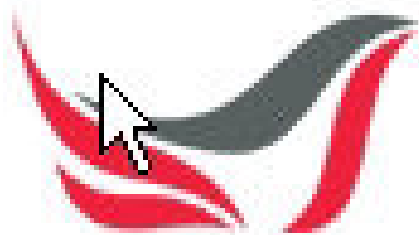
8 MANERAS DE ENCONTRAR CONTENIDOS DE SOCIAL MEDIA INTERESANTES



7. **Alltop:** aquí podrás ver una selección de los contenidos (en inglés) que están siendo más populares. Además podrás crear tu página personalizada con lo que realmente te interesa.
8. **Aplicaciones móviles:** aplicaciones como **Pulse** o **Flipboard** nos permitirán estar siempre conectados y al día estemos donde estemos.

5 HERRAMIENTAS PARA SER MÁS EFICIENTE EN TWITTER

1. **ManageFlitter:** Con esta herramienta podremos hacer limpieza y ver exactamente qué cuentas están inactivas, cuáles no nos siguen a nosotros pero sí nosotros a ellos, y cuáles saturan tu timeline con mucha información.



ManageFlitter

5 HERRAMIENTAS PARA SER MÁS EFICIENTE EN TWITTER

2. **Buffer:** El funcionamiento es muy sencillo. Podemos ir almacenando tweets y Buffer los irá publicando de forma ordenada y espaciada en el tiempo. De esta forma no tenemos que programar las horas de los tweets que queremos publicar ni saturaremos a nuestros seguidores con muchos tweets de golpe. Además, existen extensiones para Chrome, Firefox o Safari que te permiten añadir de un botazono nuevos tweets a la cola del buffer.



bufferapp.com

5 HERRAMIENTAS PARA SER MÁS EFICIENTE EN TWITTER

3. **Twoolr:** Con twoolr podrás hacer un análisis completísimo de tu cuenta de Twitter, con información importante como el crecimiento de tu cuenta o nubes de palabras más utilizadas. Lo mejor es que te permite generar informes personalizados que luego llegarán a tu bandeja de entrada.

Twoolr

5 HERRAMIENTAS PARA SER MÁS EFICIENTE EN TWITTER

4. **Tweriod:** Destaca por su sencillez y eficacia. Al introducir nuestra cuenta, la analiza y nos manda un DM con una información de mucho valor: las horas y los días que son mejores para publicar, en función de las horas en las que encontramos más seguidores conectados.

Tweriod

5 HERRAMIENTAS PARA SER MÁS EFICIENTE EN TWITTER

- 5. Twitlert:** igual que las alertas de Google, pero en Twitter. Configuramos las palabras que queremos monitorear, los usuarios o los hashtags, y le indicamos la hora en la que queremos recibir las alertas. Éste se encargará de mandar la información. Además, da la posibilidad de seleccionar el idioma, si las frases que necesitamos son negativas o positivas, o incluso si son preguntas.



7 DIFERENTES TIPOS DE USUARIO DE TWITTER SEGÚN SEGUIDORES/SEGUIDOS

1. El neófito (0 followers – 300 following aprox):

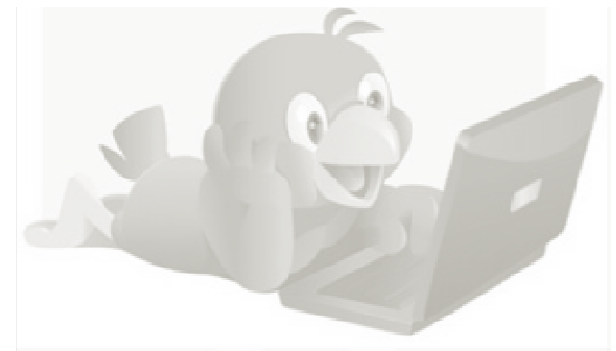
Este usuario es nuevo en Twitter, ha oído hablar de esta red social, ha abierto su cuenta y está esperando a su primer seguidor como agua de mayo. Como no tiene ningún seguidor ha comenzado a añadir gente a ver si cae alguno. Normalmente no tiene biografía ni ningún tipo de información en su perfil, y su foto suele ser un pájaro o un huevo blanco (el típico avatar de twitter). También se les reconoce porque han escrito 1 tweet en el que pone “Probando twitter”, “Hola a todos! Buscando a gente” o “No me entero de cómo va esto”.



7 DIFERENTES TIPOS DE USUARIO DE TWITTER SEGÚN SEGUIDORES/SEGUIDOS

2. El desconfiado (50 followers – 50 following aprox):

Este tipo de usuario tiene su **pequeña comunidad** en Twitter, que va creciendo según va encontrándose a gente **conocida**. Normalmente pasan meses y el número de followers/following no varía demasiado. Se conecta de vez en cuando, cuando se acuerda. Una gran mayoría tiene el filtro activado de Pendiente de validación y sus tweets ocultos. No agregan a nadie si no están seguros realmente de conocer a esa persona.



7 DIFERENTES TIPOS DE USUARIO DE TWITTER SEGÚN SEGUIDORES/SEGUIDOS

3. El típico (500 followers – 400 following aprox):

Este perfil es el más normal. El número de seguidores/seguidos suele estar bastante a la par. Su red de contactos va creciendo de forma progresiva y añade gente según sus intereses. Tiene un perfil más o menos interesante y la gente le suele devolver el follow. Es asiduo a la red social y comparte bastantes contenidos porque suele ser el rey del RT. Todo lo que le parece interesante lo difunde. También suele dar respuestas cuando preguntan cosas y se implica mucho.



7 DIFERENTES TIPOS DE USUARIO DE TWITTER SEGÚN SEGUIDORES/SEGUIDOS

4. El conocido (4.000 followers – 2.000 following aprox):

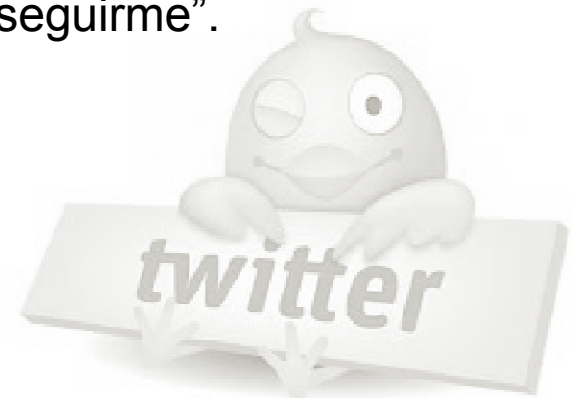
Este usuario es conocido por H o por B (suele ser un blogger) y tiene su séquito de seguidores, aunque él tampoco le hace demasiados ascos a nadie. Cuando tiene un nuevo seguidor, si su perfil no es demasiado raro, SPAMER, o no le interesa para nada, suele devolverle el follow. Este tipo de usuarios suele ser participativo y genera muchísimos RT's con su contenido.



7 DIFERENTES TIPOS DE USUARIO DE TWITTER SEGÚN SEGUIDORES/SEGUIDOS

5. El falso gurú (10.000 followers – 10 following aprox):

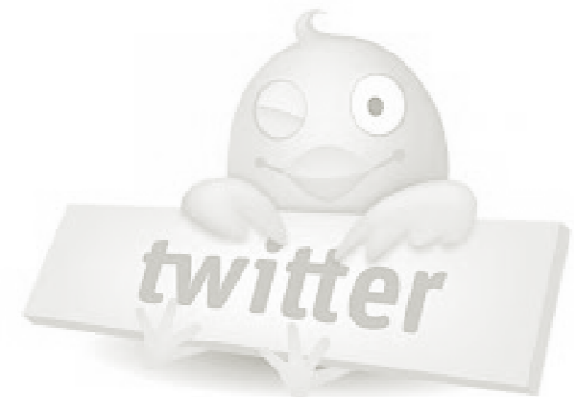
Este tipo va agregando gente para que, una vez le han agregado a él y ha pasado el tiempo, borrar ese perfil y quedarse con menos Seguidos. Suele ser una persona obsesionada con Klout, y no hay día que no mire si su índice de popularidad ha subido o ha bajado. También suele ser el típico que aparece los viernes recomendando gente y esperando que lo recomienden a él para subir posiciones en el Follow Friday. Hay que tener cuidado con estos porque si dejas de seguirlos suelen publicarlo en su timeline con programas tipo “@vmdeluxe ha dejado de seguirme”.



7 DIFERENTES TIPOS DE USUARIO DE TWITTER SEGÚN SEGUIDORES/SEGUIDOS

6. El famoso (50.000 followers – 500 following aprox):

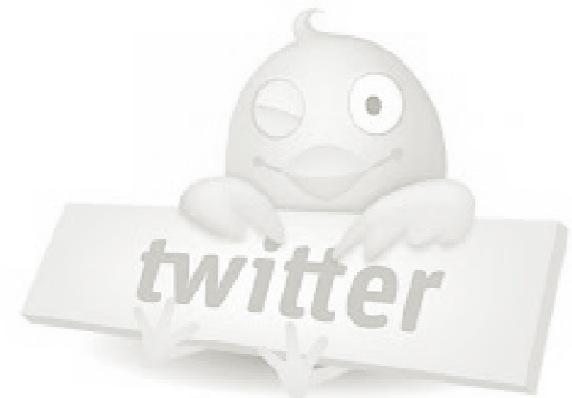
Estos son inconfundibles. Gente famosa con Twitter que tiene muchísimos seguidores debido a su popularidad. Son los que más RT's generan, ya que la gente les habla esperando contestación. Ellos por su parte o bien se dedican a responder a la gente que les escribe o únicamente hablan con sus compis de profesión.



7 DIFERENTES TIPOS DE USUARIO DE TWITTER SEGÚN SEGUIDORES/SEGUIDOS

7. La superestrella (Millones de followers – S/N following):

En este perfil solo caben las súper estrellas mundialmente conocidas. Actores y actrices, cantantes, modelos, etc. Seguirles sólo sirve para estar al día de sus vidas y carreras.



5 FORMAS CIENTÍFICAMENTE PROBADAS PARA CONSEGUIR MÁS RETWEETS

1. Introducir enlaces: Como podemos ver en la infografía, el porcentaje de tweets que contienen links son retuiteados muchas más veces que aquellos que no tienen ningún enlace. Es curioso ver que la gran mayoría de tweets no contienen enlaces pero que los que sí contienen tienen mucha más difusión. Por lo tanto deberemos compartir información interesante con enlaces si queremos que nos hagan RT.

2. Pedir que te hagan ReTweet: El 51% de peticiones de ReTweet tuvieron éxito frente a otras formas de pedirlo. Por lo visto esta es la mejor forma, no basta con pedir que te hagan un RT (39% de probabilidades que lo hagan) o no pedirlo (12% de prob.)

3. No hablar de uno mismo: Esto tiene mucha lógica. La gente está más dispuesta a generar eco de información interesante y relevante. Si hablas de ti mismo solo conseguirás RT's de tus amigos más cercanos.



5 FORMAS CIENTÍFICAMENTE PROBADAS PARA CONSEGUIR MÁS RETWEETS

- 4. Decir cosas nuevas:** Lo más ReTweeteado por excelencia son las noticias, pero evidentemente, han de ser frescas. No vale con hacer RT de cosas que ayer ya dieron la vuelta a la red. Seguido de las noticias están los tweets instructivos y lo de entretenimiento. Las opiniones tienen mucha importancia siempre que sean originales. También me parece curioso que una de las cosas que menos eco generan son los productos, por lo que la gente ya empieza a filtrar contenidos (por no decir SPAM).
- 5. Tweetear acerca de Twitter:** Artículos que mencionan la palabra “Twitter” tienen un 300% más de RT’s, frente al 80% aprox. de los que contienen la palabra Facebook.



DATOS RELEVANTES ACERCA DEL COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS EN FACEBOOK

Un estudio realizado por la firma de marketing Constant Contact y la compañía de investigación de Chadwick Martin Bailey arroja luz sobre cómo los consumidores interactúan con las marcas en Facebook. De acuerdo con este estudio resulta que la gente se involucra con sus marcas favoritas en Facebook mucho más que en cualquier otra red social.

- En su mayor parte, los encuestados dijeron que **“me gusta” una marca** en Facebook porque **es un cliente** (58%) o porque quieren **recibir descuentos y promociones** (57%).
- Ser un fan es sobre todo una actividad pasiva – la gran mayoría de los consumidores, el 77%, dijeron que mayoritariamente **interactuaba con las marcas en Facebook a través de actualizaciones y mensajes de las marcas**.
- Sólo el 17% de los encuestados dijo que interactuaban con las marcas **mediante el intercambio de experiencias y noticias** con otras personas acerca de la marca, y sólo el 13% dijo que publicaba actualizaciones acerca de las marcas a las que siguen.

DATOS RELEVANTES ACERCA DEL COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS EN FACEBOOK

El estudio también reveló algunos datos prometedores para las empresas:

- El 78% de los consumidores que siguen marcas en Facebook, **siguen a menos de 10 marcas.**
- El 56% de los consumidores es más probable que **recomiende una marca a un amigo después de convertirse en un fan en Facebook.**
- El 51% de los consumidores dijo que son **más propensos a comprar un producto después de seguir a la marca en Facebook.**
- El 76% de los consumidores dijeron que **nunca han dejado de seguir a una marca en Facebook.**

18 CONSEJOS EFECTIVOS PARA CONSEGUIR UN TRABAJO A TRAVÉS DE LINKEDIN

1. Hazte una lista de 40 empresas Objetivo donde te gustaría trabajar. Es importante tener una lista amplia y tener claro que este es uno de los puntos más importantes para encontrar trabajo. Has de estar al día de todo lo que ocurre en ellas.
2. Aprovecha la información que te da LinkedIn para saber quién dirige las empresas que tienes en tu lista. Mira quién trabaja ahí, quienes son los dirigentes, averigua qué se cuece en su interior. Es imprescindible que sigas a estas personas para que estés al tanto de sus actividades.
3. Manda un email a través de LinkedIn a los altos cargos o consigue sus emails para poder contactar con ellos.



18 CONSEJOS EFECTIVOS PARA CONSEGUIR UN TRABAJO A TRAVÉS DE LINKEDIN

4. Ser breve, claro y convincente será tu máxima en la comunicación con ellos. Diles por qué les estás enviando un correo electrónico, asegúrate de que tu pregunta es muy clara y siempre trata de responder a la pregunta “por qué tú”.
5. Cuando tengas tu lista de empresas candidatas, averigua cuál es su competencia y haz lo mismo que has hecho con ellas en los pasos previos.
6. Completa tu perfil al 100%.



18 CONSEJOS EFECTIVOS PARA CONSEGUIR UN TRABAJO A TRAVÉS DE LINKEDIN

7. Sube recomendaciones. Has de convencer a las personas que conoces y con las que has trabajado para que te escriban una pequeñas reseña a tu favor.

8. Únete a grupos donde están ellos (lo puedes saber viendo su perfil) y sé activo colaborando y aportando. Esto te dará visibilidad.

9. Busca a los encargados de contratación de las empresas objetivo y al personal de RRHH. Has de llegar a ellos como sea para poder ofrece tus servicios, por correo o por mensaje privado.



18 CONSEJOS EFECTIVOS PARA CONSEGUIR UN TRABAJO A TRAVÉS DE LINKEDIN

10. Utiliza la búsqueda avanzada para saber más acerca de la persona que te va a entrevistar.

11. Utiliza tus contactos para pedir referencias, recursos y asistencia de cualquier tipo.

12. Si crees que puede funcionar y tienes medios para hacer algo medianamente decente, puedes grabar un video curriculum de 30 segundos o menos. Recuerda que ha de ser un buen video porque ésta opción es un arma de doble filo.



18 CONSEJOS EFECTIVOS PARA CONSEGUIR UN TRABAJO A TRAVÉS DE LINKEDIN

13. Publica presentaciones que llamen la atención con aquella materia que dominas, mostrando lo que puedes hacer y cómo podrían ganar las empresas al contratarte.

14. Aprovecha otras redes sociales y publícalas en LinkedIn. Tu twitter o perfil de facebook pueden ayudarte.

15. No pagues la suscripción premium de LinkedIn (esto es un consejo opcional).



18 CONSEJOS EFECTIVOS PARA CONSEGUIR UN TRABAJO A TRAVÉS DE LINKEDIN

16. Responde preguntas todos los días para ser visible y que te vayan conociendo.
17. Estate actualizado y al tanto de eventos de tu sector. Te podría convenir muchísimo asistir y hacer algunos contactos.
18. Amplía tus horizontes y aprende nuevas materias que te podrían facilitar la búsqueda de empleo.



4 PUNTOS PARA DESARROLLAR UNA RUTINA DE TRABAJO EN TWITTER

Descubrir: La recopilación de información para analizar y compartir

- Suscripción a blogs para compartir información interesante con tus seguidores.
- Realizar búsquedas con palabras clave que sean de nuestro interés para monitorizar nuestro sector, nuestra marca, a nuestra competencia, etc...
- Buscar a nuevas personas a las que seguir para estar a la última y captar también nuevos seguidores.

Implementación: La ejecución táctica de nuestra estrategia en Twitter

- Programación y publicación manual de tweets
- Respuesta a menciones @ y a mensajes directos DM
- RT de contenidos de otras personas



4 PUNTOS PARA DESARROLLAR UNA RUTINA DE TRABAJO EN TWITTER

Gestión: Planificación y organización de un flujo de información

- Configurar listas de Twitter
- Utilización de un programa tipo Tweetdeck o Hootsuite para gestionar nuestras cuentas de Twitter de forma rápida y sencilla
- Prepararnos un calendario de publicación de contenidos nos vendría bien para visualizar todo el contenido que queremos compartir.

Medición de resultados: Análisis de estadísticas para la futura toma de decisiones

- Utilizar herramientas de terceros para medir la actividad y el impacto de nuestro trabajo.



4 APLICACIONES PARA PÁGINAS DE FACEBOOK ESENCIALES PARA MEJORAR TU COMUNICACIÓN CON TUS FANS

1.- Tweets to Pages – Mostrar tu feed de Twitter:

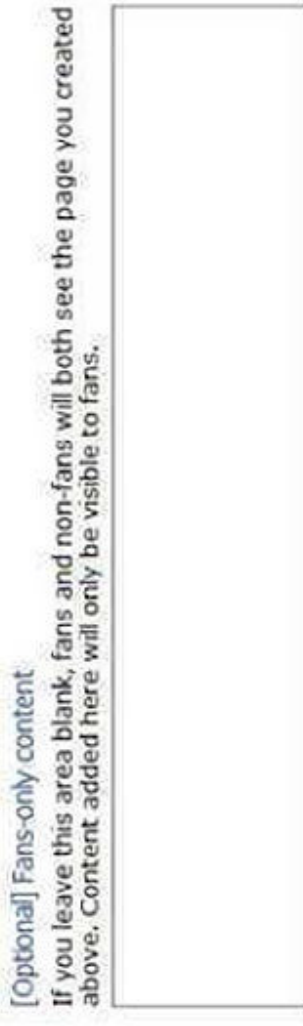
Tweets to Pages, que tiene 1,2 millones de usuarios activos mensualmente, creará una pestaña en tu página en la que se mostrarán los últimos tweets de tu empresa. Esto es ideal para proveer con información en tiempo real adicional a aquellos usuarios que no tienen una cuenta de Twitter. La versión gratuita es muy fácil de configurar y te permite configurar el número de tweets a mostrar en la pestaña. La versión de pago es algo más completa y nos deja configurar colores, permite comentarios en los tweets y también podemos limitar mejor el contenido que compartimos.



2. Static HTML: iframe Tabs – Crea una landing page personalizada



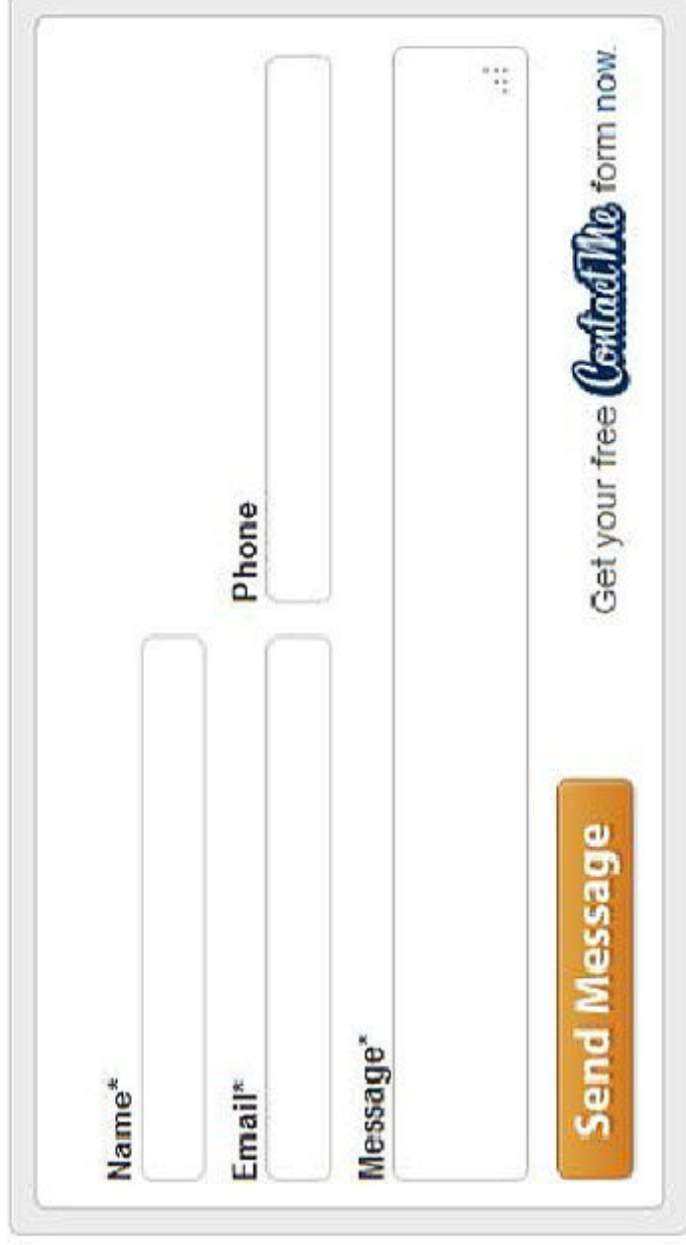
The screenshot shows the Facebook Static HTML editor interface. At the top, there are three buttons: "Like" (with a counter of 112K), "No scrollbar" (checked), and "Enable FBML" (unchecked). To the right is a "Save and view tab..." button with a checkmark. Below these is a text input field containing the instruction: "Enter your content here. You can use HTML, CSS, JavaScript -- anything you can use on a regular webpage." The input field is currently empty.



This screenshot shows the "Optional] Fans-only content" section of the Facebook Static HTML editor. It features a text input field with the instruction: "If you leave this area blank, fans and non-fans will both see the page you created above. Content added here will only be visible to fans." The input field is currently empty.

Static HTML: iframe tabs, utilizado por 61,8 millones de usuarios al mes, simplificará el proceso de elaboración de una página de destino personalizada mediante la automatización de muchos de los pasos. Olvídate de crear de una cuenta de desarrollador para hacer tu propia aplicación. Esta aplicación proporciona las herramientas que podrías utilizar en cualquier página web: código HTML, CSS y JavaScript. También ofrece casillas de verificación para eliminar las barras de desplazamiento y permitir FBML de Facebook. Si lo que quieres es incentivar el “Me gusta” en tu página, la aplicación te permite mostrar contenidos distintos a los que han clickado en “Me gusta” y a los que no.

3. ContactMe – Añadir un formulario de contacto



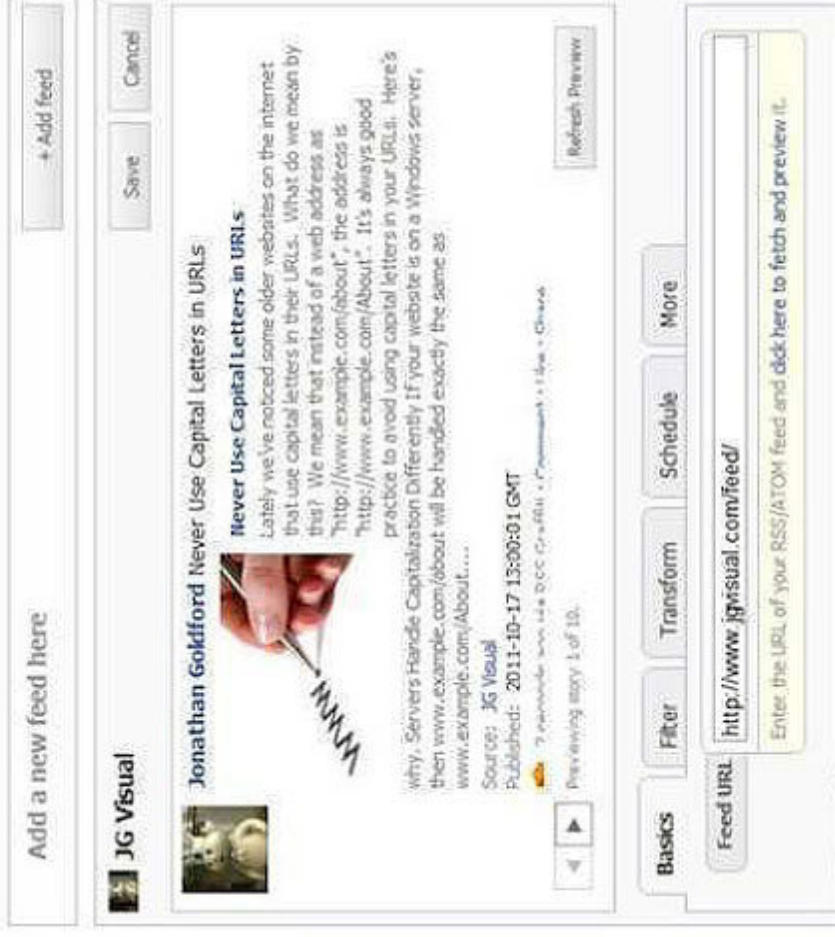
The image shows a contact form with the following fields and elements:

- Name***: A text input field.
- Email***: A text input field.
- Phone**: A text input field.
- Message***: A large text area with a vertical scrollbar and a small icon in the bottom right corner.
- Send Message**: An orange button.
- Get your free ContactMe form now.**: A text link.

ContactMe, con 180.000 usuarios activos al mes, lo que hace es crear una nueva pestaña con un formulario de contacto para que cualquier personas pueda contactar contigo de forma rápida y cuando desee.

La mayor ventaja de esta aplicación son las opciones de personalización. Puede elegir si prefiere mostrar la información de contacto de tu empresa o los iconos de las diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn o Skype. También se puede ajustar, añadir, eliminar, reordenar y requerir campos obligatorios a través de una sencilla interfaz de usuario. Como no, hay una opción de pago para eliminar la marca ContactMe, ofrecer un mensaje de confirmación personalizado y recibir alertas por mensaje de texto cuando alguien envía el formulario.

4. RSS Graffiti – Postear actualizaciones automáticamente



RSS Graffiti, con 1,5 millones de usuarios mensuales, te permite publicar automáticamente actualizaciones en tu muro cada vez que haya una nueva actualización en cualquiera de los canales que especifiques. Por ejemplo, si se publican artículos en el blog de la empresa todos los días, RSS Graffiti automáticamente pondrá en tu muro de Facebook un extracto del artículo con un enlace directo al artículo completo. Esto te ahorrará tiempo a la hora de mantener tu muro al día.

10 TRUCOS Y CONSEJOS PARA MEJORAR TU PÁGINA DE EMPRESA EN GOOGLE+

1. Acceder a tu página de empresa: Una vez hayas creado tu página de empresa dispondrás de un acceso rápido a través de tu perfil personal de Google+. Debajo de tu nombre y tu avatar verás un desplegable, en el que te aparecerán tu perfil y tu página de empresa.

2. Añade personas a tus círculos: No podrás añadir personas a los círculos de tu página de empresa a no ser que estas hayan agregado tu página a alguno de sus círculos. Para ver quién te ha agregado has de ir a círculos y clickar en “Personas que te han añadido”. Así podrás añadir a tus círculos a quien te sigue.

3. La URL de tu página de empresa: Google+ te da la url de tu página de empresa cuando la configuras por primera vez, pero si deseas volver a verla solo has de ir a Inicio bajo tu nombre y tu avatar en la página principal de tu página de empresa.

4. Elimina las pestañas que no quieras: No hay demasiadas opciones de configuración en las páginas de Google+ pero una cosa que puedes hacer es quitar las pestañas que no necesites. Si a tu marca no le interesa mostrar videos o fotos solo tienes que escoger no mostrarlas. Ves a la página de tu perfil, clicka en Editar perfil y aquí lo podrás seleccionar.

5. Conecta tu web a Google+: Google te ofrece algunos códigos de fácil implementación para que conectes tu web a tu perfil en esta nueva red social.



10 TRUCOS Y CONSEJOS PARA MEJORAR TU PÁGINA DE EMPRESA EN GOOGLE+

6. Bloquea posts para prevenir que se compartan: Google+ te da la posibilidad de bloquear determinados posts para que no se compartan posteriormente. Al escribir un post, a la derecha del todo verás un desplegable que te permite seleccionar la opción para bloquearlo. Esto no significa que luego no se pueda compartir de otra forma, pero sí que es una prevención.

7. Ocultar la cantidad de seguidores: Cuando estés creando la página de tu empresa y estés empezando, quizá te interese o convenga ocultar el número de seguidores que tienes. Podrás seleccionar esta opción en la página principal.

8. Añade enlaces de interés: Puedes añadir enlaces en la sección de Sobre mí, por lo que tendrás completa libertad para enlazar otros perfiles en otras redes sociales. Así puedes poner algunos enlaces recomendados.

9. Utiliza los círculos: Tienes la gran herramienta de los círculos para organizar a los diferentes tipos de seguidores, por lo que es algo que tienes que usar. Puedes mandar contenidos a determinada gente y otros contenidos a otra.

10. Haz un uso llamativo de las fotos en tu perfil: La posibilidad de mostrar fotos en la parte superior de tu perfil hace que puedas enseñar de forma visual de qué va tu empresa. Haz algo creativo, diviértete y haz que la gente se sorprenda al ver marca.



3 COSAS A TENER EN CUENTA EN EL ROI DE LOS SOCIAL MEDIA

Hal Thomas, un gestor de contenidos en Communications, hace poco habló sobre cómo abordar el confuso concepto del ROI en los social media durante su presentación en elBFG Geekend Roadshow, una parte centrada en la tecnología de la DMA2011 Conference.

1. Los Medios Sociales son el vehículo, no el destino

Thomas compara la medición del ROI social con la tarea de calcular el ROI de una tarjeta de visita. Los asistentes a una conferencia acumulan cientos de tarjetas de visita, pero ¿cómo calcular el ROI de todas las tarjetas de visita que repartes en una conferencia? Como los fans de Facebook o los seguidores de Twitter, las tarjetas solo representan potencial, de modo que no puedes saber con exactitud el ROI de una tarjeta de visita igual que no puedes saber el ROI de un fan en Facebook.

Este concepto no es nuevo, ya que sucede algo parecido con el email marketing o el telemarketing. Por eso cuando nos referimos a este tipo de marketing preguntamos por el ratio de conversión que estos generan. Los Social Media deberían tratarse de la misma forma, y deberíamos preguntarnos cuál es el ROI de acciones específicas que hacemos en los Social Media



3 COSAS A TENER EN CUENTA EN EL ROI DE LOS SOCIAL MEDIA

2. Escuchar y Aplicar aprendizajes a todos los departamentos

Thomas recomienda a las marcas escuchar las conversaciones generadas a través de sus canales sociales y aprender cómo las conversaciones pueden beneficiar a todos los departamentos de la organización. Thomas también comentó un ejemplo sobre un famoso chef cuya página de Facebook había conseguido más de 1 millón de fans. Cada vez que el chef publicaba algo en Facebook, sus mensajes generaban un promedio de 2.000 “me gusta” y unos 600 comentarios. El chef le preguntó a Tomás si estas cifras eran “buenas”.

Los números únicamente no dicen demasiado. Una conclusión más interesante, explicó Thomas, fue la de comparar los niveles de interacción en cada post para ver que los seguidores del chef responden en mayor volumen cuando los posts son de recetas de pollo y volúmenes mucho más bajos cuando los posts son sobre recetas de pescado. Estos datos analizados, podrían resultar información súper útil para decidir, por ejemplo, qué tipos de recetas incluir en el próximo libro que publique el famoso chef. En este ejemplo, tendría sentido incluir más recetas de pollo y menos recetas de pescado. Esto debería traducirse en un libro exitoso, y que ampliaría aún más la utilidad de la medición de medios sociales más allá de los departamentos de ventas y marketing.

3 COSAS A TENER EN CUENTA EN EL ROI DE LOS SOCIAL MEDIA

3. La métrica de rendimientos es independiente a los Social Media

Cuando se mide el éxito de los social media, una empresa primero debe entender cómo los medios sociales se están utilizando dentro de la organización. Es importante entender qué departamentos están utilizando los medios de comunicación social y luego medir el éxito en base a la medición del rendimiento que es relevante para cada uno de esos departamentos. “No importa si es un cartel, un anuncio de revista, un anuncio publicitario online o un canal de medios sociales.

Las impresiones son impresiones “, dijo Thomas. Y se extiende a todo tipo de indicadores clave de rendimiento. Los equipos de ventas se centran en indicadores específicos, mientras que los departamentos de servicio de atención al cliente operan en un sistema totalmente diferente. Las mediciones de cada departamento en los social media deben basarse en sus objetivos específicos e indicadores.

