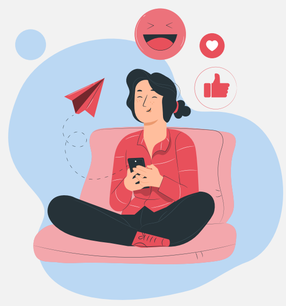
PRIMEROS PASOS PARA CREAR TU ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES

1 ELEGÍ LAS REDES QUE VAS A USAR

Buscá las redes que tengan la mayor concentración de personas con las características que buscás.
No todo termina en Facebook e Instagram. Hay otras redes, más específicas que pueden ser más interesantes para tu negocio.
Para arrancar, menos es más. Es mejor una o dos redes y que les dediques tiempo a tener 10 y a los pocos días abandonar 8.

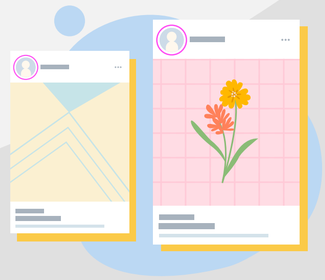


2 PENSÁ CONTENIDO PARA COMPARTIR

Creá historias alrededor de tu marca, negocio y productos.
Armá una lista con temáticas de las cuales tu marca puede hablar. Intentá que la mayoría no se enfoque en vender.
El contenido hace que las personas se enganchen, conversen y enamoren de tu marca, lo cual termina en ventas.

3 COMUNICÁ ESE CONTENIDO

Definí una personalidad para tu marca. Imaginala como una persona: qué edad tiene, cómo es, qué intereses tiene, cuál es su estilo de vida.
Establecé un plan de publicaciones semanales para trabajar en bloque y programar su publicación.



4 EMPEZÁ A ATRAER A TU PÚBLICO A TUS REDES

Nos referimos al guardado físico de los productos que vamos a vender, se debe garantizar que cada producto se encuentre perfectamente ordenado en el almacenamiento para garantizar la eficiencia a la hora de preparar los pedidos. Ser eficiente en este mundo permitirá trabajar en la incidencia del costo logístico.

cace
Cámara Argentina de Comercio Electrónico

TE COMPARTIMOS UN CHECKLIST CON ALGUNAS PREGUNTAS CLAVES QUE TE AYUDARÁN A ARMAR TU ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES

SELECCIÓN DE ESPACIOS

- ¿Cuáles son las redes que usan las personas que queremos alcanzar?
- De todas esas redes, ¿en cuál/es está/n la mayor cantidad de personas de nuestro interés?
- Si tenemos más de dos: ¿son todos los espacios realmente necesarios para comenzar?
- ¿Está disponible el nombre de nuestra marca en todas las redes que elegimos?
- ¿Dónde queremos recibir todas las preguntas y dudas de las personas? Elegir un espacio para eso.

ESTRATEGIA DE CONTENIDO

- ¿Qué recursos tenemos para producir contenido?
- ¿Cuáles son nuestros fuertes? ¿Foto, video, redacción, etc?
- ¿Cuánto tiempo tenemos semanalmente para producir que tenemos disponible?
- ¿De qué temas está hablando la gente? (Repetirse esta pregunta cada semana)

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- ¿Cómo es la personalidad de nuestra marca?
- ¿Nuestro público usa emojis?
- ¿Nuestro público abrevia palabras?
- ¿Nuestro público usa modismos, deforma palabras o tiene una jerga específica?
- ¿Cuántas publicaciones vamos a hacer en cada red por cada semana?

ESTRATEGIA DE TRÁFICO

- ¿Cuál es el presupuesto que podemos destinar cada mes?
- ¿Cómo vamos a distribuir el presupuesto en diferentes plataformas y acciones?
- ¿Tenemos una base de datos con emails disponible o podemos crear una?
- ¿Qué acciones con “costo cero” podemos realizar para atraer a público nuevo? (sorteos, concursos, etc).