

Tu estrategia para compartir: ¿Cómo puedes hacer que las redes sociales funcionen?

Recopilado por Amalia Beltrán

Las redes sociales son la herramienta de conexión del siglo y son una herramienta increíble para tener en tu arsenal de marketing. En un mundo digital en constante crecimiento, hacer que las plataformas de redes sociales funcionen para ti es un componente clave para construir un negocio de comercio electrónico próspero. Tener una presencia social efectiva te permite llegar a un público mucho más amplio. Dado que el 82% de los habitantes de América Latina utiliza regularmente algún tipo de red social, no se puede ignorar su alcance para atraer clientes potenciales. A medida que las personas navegan, están listas para ser influenciadas y sus perfiles son la oportunidad perfecta para exhibir tus productos. Sin embargo, es vital que se utilicen de la mejor manera posible, así que ¿cómo podemos hacer esto?

Crear un perfil

Crear un perfil convincente es más que simplemente configurar una página de Instagram. Tomarse el tiempo para establecer una marca consistente, con pautas sólidas para mantenerla, sin duda ayudará a crear el enfoque de marketing omnicanal que resuena tan bien entre los consumidores. Vincular su perfil a su sitio web, por ejemplo, ayudará a generar más clientes potenciales y a integrar aún más la sensación omnicanal. Lea este artículo sobre la marca omnicanal y cómo puede ayudar a impulsar sus perfiles sociales. Tener una presencia social bien marcada y estéticamente agradable ayuda a sus clientes actuales y futuros a reconocer su empresa y confiar en la información que está compartiendo en la plataforma. La misión de su empresa debe estar al frente de su marca y debe emanar del

contenido que produce. Asegúrese de que sus perfiles estén completamente completos, incluida una biografía informativa y una imagen de perfil reconocible, y estará listo para comenzar.

Valores

Las redes sociales no tienen por qué permanecer exclusivamente en el ámbito promocional, sino que también pueden abarcar la educación. Si la misión de la empresa se alinea con una causa más amplia, como la reducción del daño medioambiental al planeta, algo tan sencillo como crear una publicación o compartir contenido de otros, muestra a tus clientes potenciales lo que representa su negocio. Tu contenido es una oportunidad para presentar una dimensión adicional de la marca, y es posible que atraigas a personas que antes no te habrían considerado, simplemente en función de los valores.

Enganchar

Las redes sociales también crean un entorno único que es perfecto para interactuar con los clientes a un nivel más personal. Aprovecha esta oportunidad para dar a tu marca no solo un color, un logotipo y un tono, sino una personalidad. Incorpora esto al crear contenidos y responder a los usuarios. Aprovecha también las funciones que ofrecen las plataformas. El 58% de los usuarios de Instagram dicen que se interesan más por una marca después de verla en una Historia, así que no te pierdas enfocándote solo en tu feed. Recuerda que estás tratando de depositar la confianza en tus productos, y para ello, debes depositar la confianza en tu marca. Una forma adicional de hacerlo



es utilizar tu página para compartir actualizaciones de la empresa, y actualizaciones internas. Deja que tus clientes sepan cómo operas como un grupo de colegas, y no solo como una empresa que vende algo. Esto es especialmente eficaz en LinkedIn, donde no solo se busca atraer clientes, sino también nuevas contrataciones.

También es una oportunidad para conectar con otras empresas con las que puede colaborar.

Plataforma correcta

Elegir la plataforma correcta también es importante, y puede ser la razón por la cual las personas no responden a

