

**CePETel**

Sindicato de los Profesionales  
de las Telecomunicaciones

SECRETARÍA TÉCNICA



# MÓDULO VI

## SOCIAL MEDIA E INTRODUCCIÓN AL MOBILE MARKETING

Docente: Dr. Ing. Gabriel Maresca



# Agenda

## **Módulo VI: Social Media e Introducción al Mobile Marketing**

- ❖ Características de las principales Redes Sociales.
- ❖ Estrategias en Redes Sociales.
- ❖ Introducción al Mobile Marketing
- ❖ Gestión de Campañas.

## Redes Sociales – Categorías funcionales

- ✓ Redes Sociales Generales
- ✓ Redes Sociales Temáticas o de Nicho
- ✓ Redes Sociales de tiempo Real (debates, foros, o blogging)

### Redes Sociales Generales



## Redes Sociales – Categorías funcionales

- ✓ Redes Sociales generales
- ✓ Redes Sociales Temáticas o de Nicho
- ✓ Redes Sociales de tiempo Real (debates, foros, o blogging)
  
- ✓ Redes Sociales Temáticas o de Nicho



- Profesiones específicas
- Encontrar pareja
- Fans de algún artista

## Redes Sociales – Categorías funcionales

- ✓ Redes Sociales generales
- ✓ Redes Sociales Temáticas o de Nicho
- ✓ Redes Sociales de tiempo Real (debates, foros, o blogging)

- ✓ Redes Sociales de tiempo Real (debates, foros, o blogging)





- Perfil
- Fun Page:
  - Crear publicidad
  - Generar llamas a la acción
  - Conectar con sitio Web

*1,55 billones de personas  
activas por mes  
70 millones de páginas de  
negocios activos*

Seguro | [https://www.facebook.com/Mobiliario-Alejandra-707619842920203/?modal=admin\\_todo\\_tour](https://www.facebook.com/Mobiliario-Alejandra-707619842920203/?modal=admin_todo_tour)

Mobiliario Alejandra

Inicio Buscar amigos

Sección de Noticias de la Computadora Sección de Noticias del Celular Más

Anima a las personas a enviar un mensaje

nuestro mobiliario

Título 20/25

Mobiliario Alejandra

Cómo funciona

El botón **Enviar mensaje** aparecerá en un anuncio para tu página. Si quieres cambiar el botón, editalo en la página.

PÚBLICO

Edita los intereses, el lugar, la edad y el sexo del público

Personas que eliges por medio de la segmentación

Lugar - Viviendo en: Colombia: Bogotacito (+40 km) Santander

Edad: 23 - 56

Personas que coinciden con: Intereses: Muebles

Menos

Crear público

Instagram

Publicar promoción en Instagram

Messenger

Publicar promoción en Messenger

Atrás Al hacer clic en "Promocionar", aceptas las Condiciones de Facebook. | Servicio de ayuda Cancelar Promocionar

Mobiliario Alejandra Publicidad

Hacemos realidad tu sueño de un hogar hermoso con nuestro mobiliario

Mobiliario Alejandra ENVIAR MENSAJE

Me gusta Comentar Compartir

Mobiliario Alejandra tiene 8 visualizaciones nuevas. hace unos segundos

Bienvenido a nuestra nueva página, acá encontraras toda nuestra información, No dudes en contactarnos

Chat

### Promocionar:

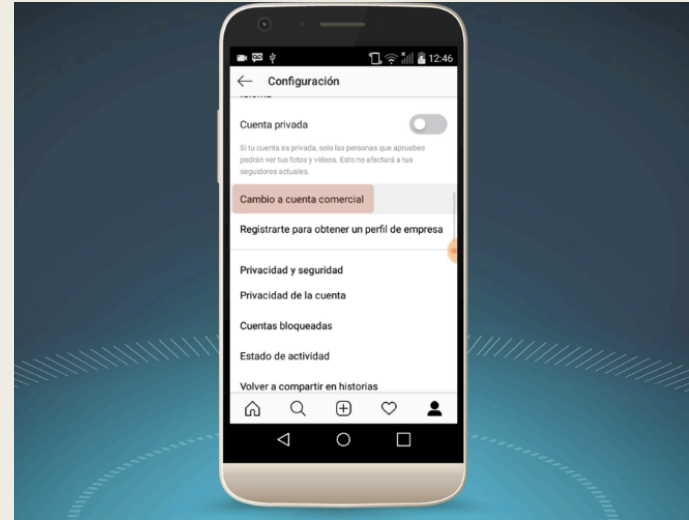
- Una Publicación
- Un llamado a la acción
- La página
- Generar una promoción específica

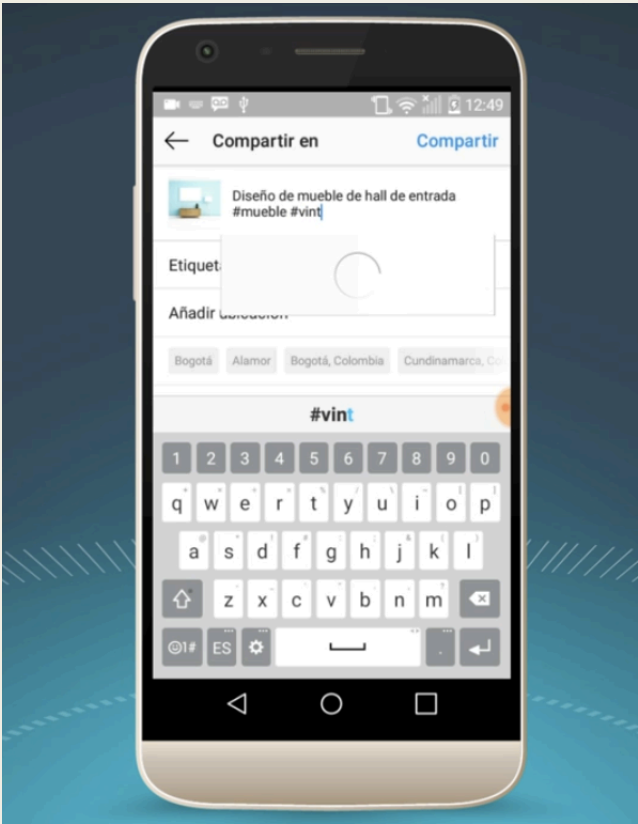
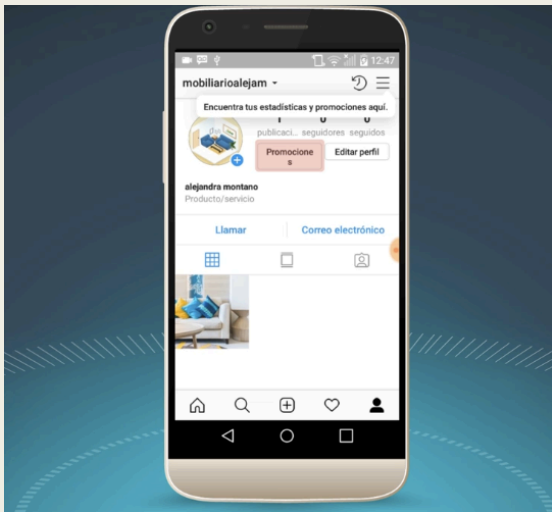


- Perfil de usuario
- Perfil de empresa

**+ 500.000 millones de usuarios compartiendo contenidos**

- Promocionar:**
- Aumentar número de seguidores
  - Generar más tráfico







## Interacción en línea a través de 280 caracteres

- ✓ Noticias
- ✓ Tendencias y opiniones
- ✓ Interactuar con otros usuarios
- ✓ Dar a conocer productos y/o servicios

1



2

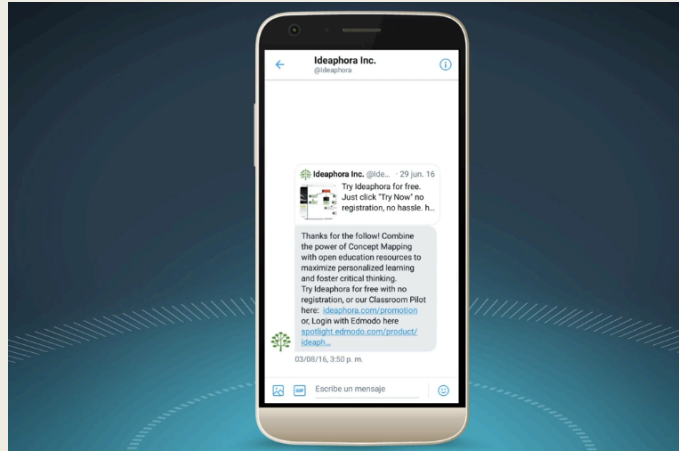


4



- ✓ Características de anuncios
- ✓ Pagos
- ✓ Facturación
- ✓ Tiempo de Verificación

3

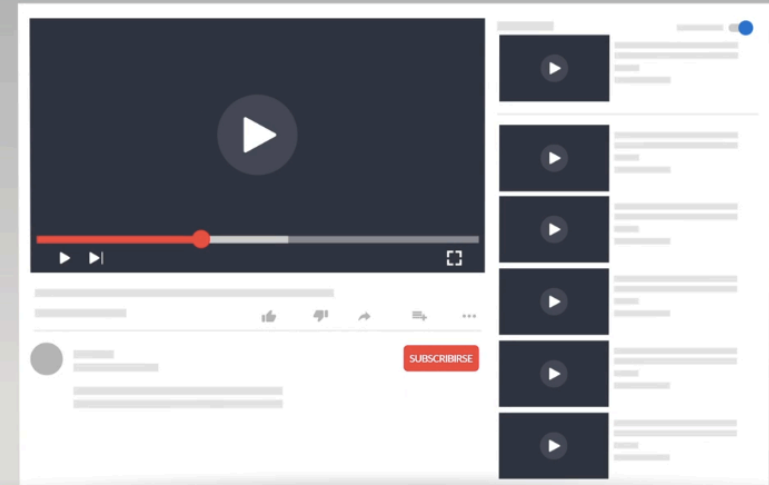
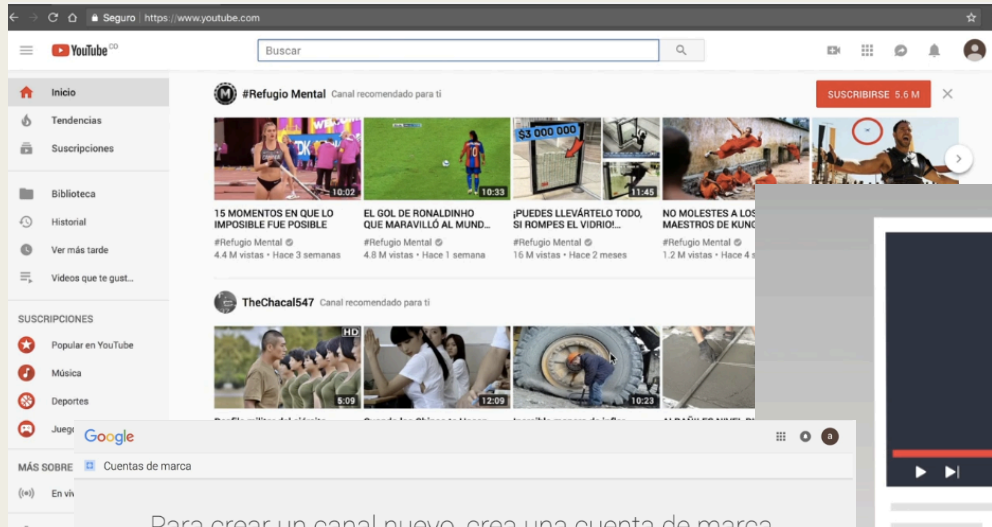


GM



1.500 millones de usuarios

- ✓ Público diverso
- ✓ Tiempo de permanencia



Para crear un canal nuevo, crea una cuenta de marca

Esta cuenta de marca puede tener un nombre diferente al de tu cuenta personal, como uno comercial o cualquier otro que elijas.

Nombre de la cuenta de marca

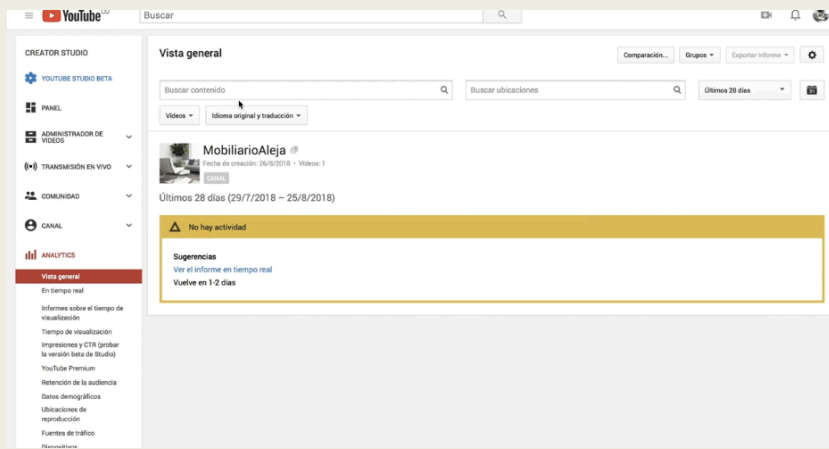
Mobiliario

Crear

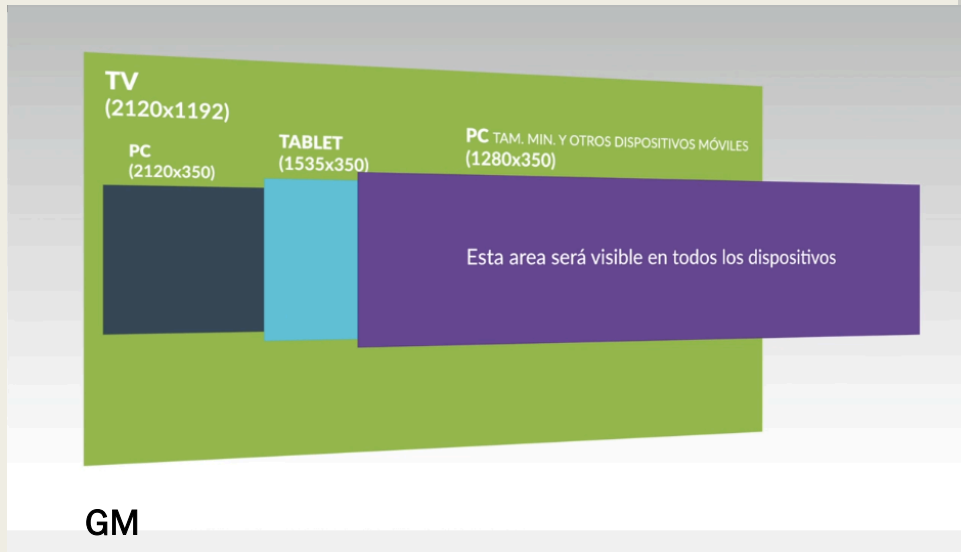
Atrás

Al hacer clic en "Crear", aceptas las Condiciones del servicio de YouTube. Obtén más información sobre los canales o las cuentas de marca.

GM

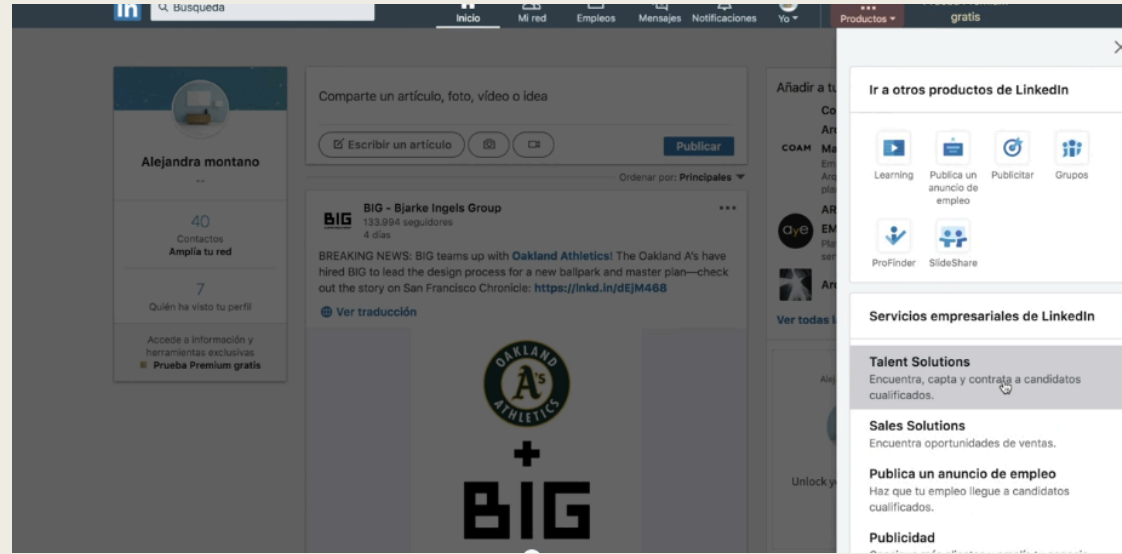


# Funcionalidad de recordación de marca





- ✓ Gestión de contactos y Networking
- ✓ Portal de empleo
- ✓ Fomenta la comunicación y el MKT personal
- ✓ Portal publicitario de contenido





LinkedIn Ads

LinkedIn Premium

## Estrategias en Redes Sociales

Planificación de recursos, tiempos, y habilidades.

- 1- Definir objetivos
- 2- Analizar redes sociales de la competencia
- 3- Segmentar la audiencia (Sociodemográfico, Psicográfico y Personalidad)
- 4- Definir las redes sociales que se van a utilizar
- 5- Seleccionar tipo de lenguaje en la comunicación y campaña
- 6- Crear calendario de publicaciones
- 7- Definir contenido a publicar (cupones, imágenes, videos con texto, infografías, entrevistas, e-books, eventos y concursos, noticias, e-mail marketing, gifs y lives, etc.)





Hacer entre **1 y 4** publicaciones al día.

De **1 a 3** pins a la semana.



Hacer entre **1 y 4** publicaciones diarias y entre 3 y 5 historias.

De **1 a 4** videos mensuales



De **4 a 10** tweets diarios.

De **1 a 3** publicaciones al día.





MI MARCA

- Tipo de red
- Contenido para compartir
- Público objetivo



Para la MARCA Se debe definir el tipo de red, contenido, y público objetivo.

Definir frecuencia y horario: tener conocimiento de la zona horaria y del tipo de negocio (B2B o B2C)

## Facebook:

Tiempo de vida larga

1 a 4 publicaciones diarias

Temas diferentes

Brindar información de valor

## Instagram:

Tiempo de vida corta

1 a 4 publicaciones diarias

Temas diferentes

Brindar información de valor

## Twitter:

Tiempo corto de vida 20 minutos

No publicar más de 15 tuits diarios

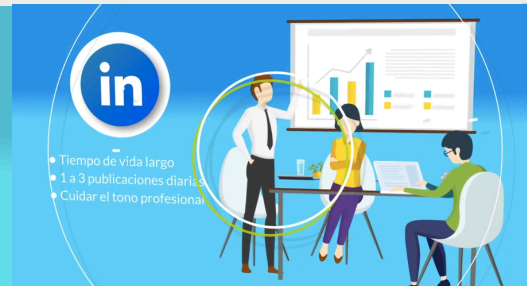
Temas diferentes

## LinkedIn:

Tiempo de vida largo

1 a 3 publicaciones diarias

Cuidar el tono profesional





Estrategias de contacto con clientes a través de redes sociales

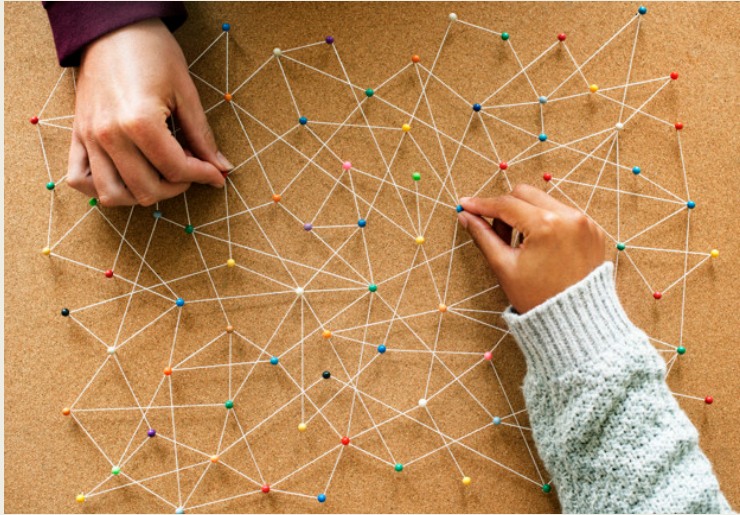
**”Controlar lo que tu marca comunica y cómo reacciona a diferentes situaciones”**

- Estructura un equipo o establece qué persona es la encargada de la comunicación por redes sociales.
- Monitoriza las menciones de la marca.
- Busca solucionar cada inconveniente.
- Crea empatía con el cliente y demuestra preocupación.
- Ten indicadores sobre los mensajes recibidos, el tiempo de respuesta y el tiempo de gestión.



## El Marketing Integrado

1. Planeación
2. El mensaje
3. Relaciones Públicas
4. Servicio al cliente
5. Eventos



## Networking en comunidades empresariales

Es una práctica que se usa en el mundo empresarial para construir una red de contactos y construir relaciones de valor

## Comunidades empresariales en redes sociales

- Permite crea espacios de conversación
- Facilita abrir una ventana hacia la innovación
- Permite crear engagement con la marca

Las comunidades empresariales son espacios en los que puedes potenciar la marca y crear relaciones de valor

## Los Influencers...

El término influencer es un anglicismo y un neologismo que la Real Academia Española aún no reconoce. Sin embargo, *en español se utiliza la palabra “influenciador” a modo de traducción.*

*Los influencers son un fenómeno digital propio de la masificación de los blogs y la aparición de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, entre otras).*

*Su potencial, en términos comerciales, ha resultado ser atractivo para diversas marcas y empresas, ya que pueden conectar con su público objetivo a través de estrategias de mercadeo que incluyan a personas con presencia y popularidad en entornos digitales.*



## Tipos de *influencers*

Los *influencers* pueden clasificarse según su número de seguidores, el área de experticia o el tipo de contenido que desarrollan.

### *Influencers* según su número de seguidores

- **Microinfluencers:** tienen entre 5.000 y 25.000 seguidores activos.
- **Pequeños *influencers*:** entre 25.000 y 200.000 seguidores activos.
- **Grandes *influencers*:** entre 250.000 y un millón de seguidores activos.
- **Macro *influencers*:** entre 1 y 7 millones de seguidores activos.
- **Celebrity:** más de 7 millones de seguidores activos.

Además del número de seguidores, también se considera el porcentaje de *engagement*, que se refiere al nivel de compromiso que se genera entre el *influencer* y su base de seguidores.

## *Influencers según su área temática*

- ✓ Maquillaje
- ✓ Gastronomía
- ✓ Maternidad/Paternidad/Crianza
- ✓ Bienestar/Fitness
- ✓ Moda
- ✓ Salud
- ✓ *Gamer*
- ✓ Entretenimiento

**GM**



## Factores que influyen en el precio de los influencers

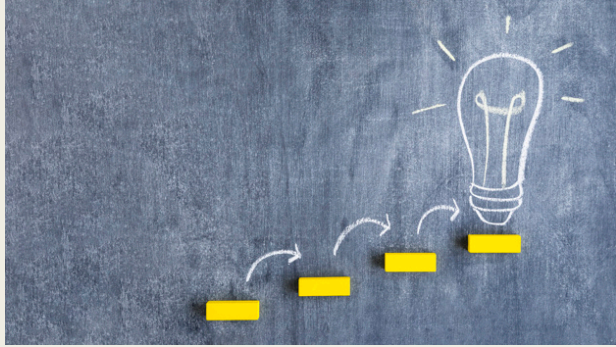
- ✓ Número de seguidores
- ✓ Tipo de colaboración
- ✓ Repercusión
- ✓ Capacidad para generar tendencias
- ✓ Sector
- ✓ Plataforma utilizada
- ✓ Influencers amigos





## Diseño de Campañas en redes sociales

1. Segmentar.
2. Seleccionar sabiamente la imagen que vas a publicitar.
3. Verificar el texto que acompaña la parte gráfica de tu publicación.
4. Controlar el coste de la publicación.
5. Enviar el tráfico a una página web especializada.
6. Mostrar claramente los beneficios de tu marca.
7. Rotar los anuncios.
8. Buscar engagement.



## Impacto de la estrategia en redes sociales

1. Número de seguidores
2. El engagement
3. Alcance
4. Menciones
5. Conversiones

### Métricas para medir los resultados del marketing

✓ Coste de adquisición de clientes - CPA:

$$\frac{\text{Total gastado en marketing}}{\text{\# de clientes conseguidos}} = \text{Coste por cliente}$$

✓ **Ganancias del ciclo de vida de un cliente:**

$$\frac{\text{Valor del ciclo de vida}}{\text{Costo de adquisición del cliente}} = \text{margen de ganancias}$$

✓ **Porcentaje de clientes atraídos por el marketing:**

$$\frac{\text{Total de leads}}{\text{Clientes obtenidos}} \times 100 = \text{Clientes atraídos por el marketing}$$

## *KPI – Indicadores claves de desempeño*

Se dividen en tres tipo de Actividades:

- **Gestión de la comunidad:** número de seguidores y Publicaciones.
- **Interacción y Alcance:** engagement, personas alcanzadas e interacciones.
- **Conversión:** ROI, % de conversión, CPA y número de clics o impresiones

Beneficios monetarios – Costos operacionales  
----- x 100 = ROI  
Costos operacionales

Número de ventas direccionadas  
----- x 100 = % de Conversión  
Número de visitantes direccionados





## Herramientas para el monitoreo en redes sociales

Herramientas de alerta de palabras clave relacionadas a la marca:

**Google Alerts**

**Talkwalker**

Herramientas para monitorizar búsquedas:

**Google trends**

**Atribus**

Herramientas de gestión de redes sociales múltiples:

**Hootsuite**

**Buffer**

**Sprout Social**

# Mobile Marketing



**Conjunto de acciones y técnicas de marketing online dirigidas a los dispositivos móviles.**

- Es 24/7, por lo que siempre estás disponible para tus clientes.
- Te permite establecer una comunicación directa e inmediata con tu target.
- Puedes segmentar de manera más precisa tu público.
- Si cuentas con una buena base de datos, puedes personalizar mejor.
- Genera interacción y diálogo.
- Es menos costoso que el marketing masivo y tiene un mejor retorno de la inversión.
- Te permite geolocalizar y así brindar información oportuna.
- Su efectividad es muy fácil de medir.
- Tiene alto alcance y un alto potencial viralizador.

# Mobile Marketing

## Algunas estadísticas...

1. El 80% de las personas que navegan en internet tienen un smartphone.
2. El 48% de la gente comienza una investigación de compra a través de su dispositivo móvil.
3. El 40% de las búsquedas realizadas a través de móviles son de negocios locales.
4. El 88% de quienes buscan un negocio local a través de su móvil lo llaman o visitan en la siguientes 24 horas.
5. Las aperturas de correos electrónicos en móviles han aumentado un 180% en los últimos tres años.

## Tipos de campañas de Marketing Móvil

- ✓ El Video Marketing Vertical
- ✓ Aplicaciones móviles
  - App Mobile Marketing
  - In-app Ads
- ✓ Local Mobile Marketing
- ✓ Mobile Email Marketing
- ✓ Social Ads
- ✓ Mensajes SMS, WhatsApp

## Lo que debes tener en cuenta para realizar mobile marketing

- Define correctamente tu objetivo y audiencia
- **Analiza a tu competencia y las tendencias del mercado**
- Investiga cuáles son las búsquedas relacionadas con tu marca que más se realizan desde dispositivos móviles
- Realiza optimización para buscadores
- Asegúrate de que tu sitio web tenga un diseño responsivo
- Así mismo, si vas a hacer una app, vigila que esta funcione correctamente
- No olvides optimizar tus correos electrónicos para que se lean fácilmente en las pantallas de los dispositivos móviles.
- Crea llamados a la acción (CTA) claros y cortos
- Monitorea tus campañas



## WhatsApp Business

WhatsApp Inc. Comunicación

★★★★★ 2.730.298

Para todos

No tienes dispositivos.

Añadir a la lista de deseos

Instalar



GM

SMSAPI powered by LINK Mobility

Servicios Precios Conocimiento Blog API Contacto Sobre nosotros Registrarse Iniciar sesión

# Potente canal de comunicación SMS de manera sencilla

Empieza a enviar SMS a través de SMS API o una interfaz de usuario online fácil de usar.

Crear tu cuenta

- 360nrs
- Acumbamail
- Altiria
- DescomSMS
- Esendex
- Instasent
- MDirector
- Mensatek
- MundoSMS
- Octopush
- SimpleTexting
- SMSAPI
- SMSpubli
- SMS Up
- Trendoo

# Campaña en Facebook Ads Manager

**Crear nueva campaña** ⓘ

Usar campaña existente ⓘ

**Campaña:** Elige tu objetivo.











Cambiar a creación rápida

## Categorías de anuncios especiales

Quiero crear una campaña de anuncios de una categoría especial.

Anuncios sobre temas sociales (como economía o derechos civiles y sociales), elecciones, o figuras o campañas políticas.

¿Cuál es tu objetivo de marketing? [Ayuda: selección de un objetivo](#)

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Reconocimiento de marca	 Tráfico	 Conversiones
 Alcance	 Interacción	 Ventas del catálogo
	 Instalaciones de la app	 Tráfico en el negocio
	 Reproducciones de video	
	 Generación de clientes potenciales	

