



 **TECMILENIO**

Certificado en Liderazgo y Proyección de Imagen Profesional

Tema 23. Estrategias de contenido en social media

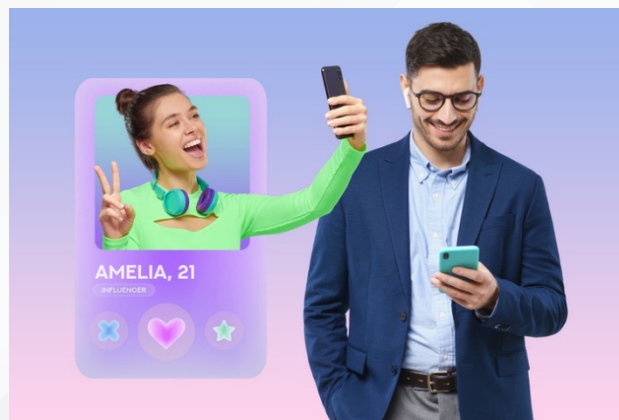


Introducción

Cuando ves una publicación en Instagram o las diferentes redes sociales de un *influencer*, ¿te viene a la mente todo el trabajo que hay detrás? Cualquier publicación que se plasme en las plataformas seguramente persigue un objetivo, por lo cual es importante saber a quién va dirigido, elegir un horario adecuado, así como revisar el contenido, la imagen, video o recursos que se van a utilizar. Parece sencillo, pero no lo es.

El contenido que se vaya a crear no debe ser solo por casualidad, sino que debe estar plasmado de estrategias que permitan dar a conocer tu marca personal. Debe ser de alto valor, además de publicarse en el momento oportuno, utilizando el medio y formas adecuados para hacerlo llegar a las personas indicadas.

Según Sordo (2020), el tener contenido de valor en tus redes se ha hecho un factor indispensable para que alguien llegue a su meta y pueda ofrecer mejor servicio a sus seguidores.



Social Media Content

Es el **área** que se vincula con las redes sociales de forma **estratégica**, de tal manera que logra captar la atención de los clientes por medio de contenidos acordes a sus gustos (i-SCOOP, s.f.). Al momento de generar contenidos, algo importante a tomar en cuenta es el lograr la identidad de tu marca y que tus seguidores sean leales.

Para ello, debes saber diferenciar los **tipos** de **contenidos** que puedes generar (Sordo, 2022).

Los **contenidos** deben tener **objetivos específicos**, ya que los mensajes pueden tener diversas intenciones. Revisa los siguientes ejemplos:

Contenidos informativos



Fuente: INEGI [@inegi_informa]. (31 de enero de 2023). *Conoce cómo ha cambiado el promedio de escolaridad en #México en los últimos 20 años con este #DatoINEGI* 📊 [Fotografía]. Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CoGjCTVDv02/>

Contenidos educativos

3 razones para hacer senderismo

Mejora la salud física:
Es un excelente ejercicio aeróbico para fortalecer el corazón.

Nos hace sentir mejor:
Varios estudios señalan que reduce el estrés de nuestras actividades diarias.

Incrementa la energía:
Este deporte aumenta los niveles de oxígeno, fortaleciendo pulmones y músculos.

muy INTERESANTE

Fuente: Muy interesante México [@muyinteresantemx]. (21 de diciembre de 2022). *Se puede confundir con solo un paseo por el parque, pero el senderismo y sus beneficios físicos y mentales van más allá de una típica caminata.* [Fotografía]. Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/Cmc3B1ZKYtZ/>

Contenidos publicitarios

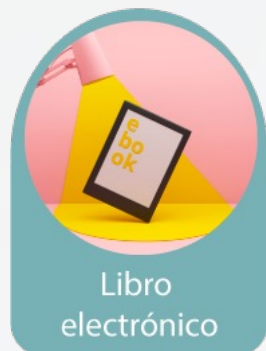
sofiavergara The Teresa readers match with everything Available at @walgreens!
5 sem

66.103 Me gusta
ENERO 8

Fuente: Sofia Vergara [@sofiavergara]. (8 de enero de 2023). *The Teresa readers match with everything Available at @walgreens!* [Fotografía]. Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CnLAoN4P8sd/>

Explicación

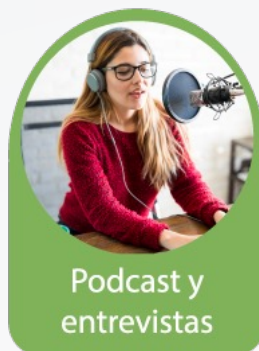
Ten en cuenta el **objetivo** de tus **publicaciones**, pues así podrás elegir el formato adecuado para cada propósito. No solo puedes publicar imágenes o textos, sino que también existen otros formatos como son:



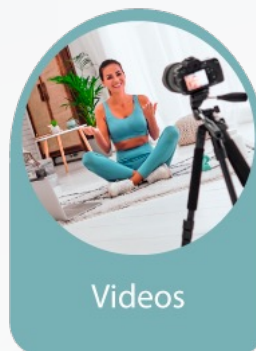
Libro electrónico



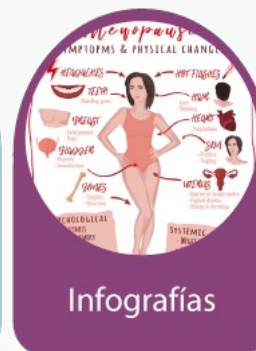
Blog



Podcast y entrevistas



Videos



Infografías



Historias de caso e historias de éxito

Explicación

Los pasos a seguir para generar tu estrategia de contenidos son los siguientes:



Actividad

Objetivo de la actividad

Aplicar estrategias de contenido para el plan de social media de mi marca personal, con el fin de posicionarla y fortalecer la reputación de la misma.

Instrucciones

1. Basado en el objetivo y público objetivo a quien deseas llegar en tus redes sociales, diseña un contenido para cada uno de las redes seleccionadas, en la cual determines lo siguiente:
 - a) Tipo de contenido, puede ser informar, educar, publicitar, hacer conciencia, entretener.
 - b) Selecciona qué tipo de publicación será, es decir, un video, una infografía, un podcast, referencia de algún libro u otro.
 - c) Diseña y publica, no olvides que debe contener lo siguiente: nombre de tu marca, producto o servicio en caso de que desees promocionarlo, eslogan, hashtags.
2. Toma una captura de pantalla a las dos publicaciones y escribe una reflexión de aprendizaje sobre lo aprendido.

Nota: Es importante que este ejercicio contenga toda la información necesaria y seleccionar correctamente la estrategia del diseño de la publicación.

Checklist

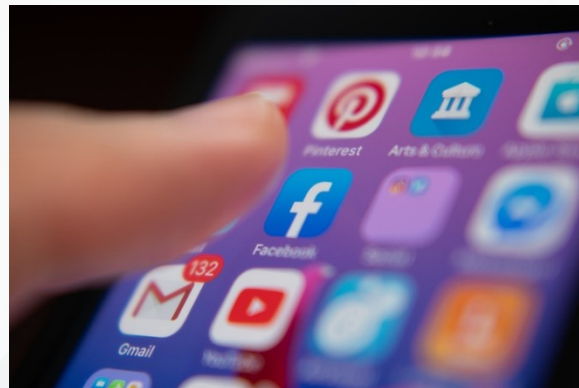
- Asegúrate de:
- Presentar captura de pantalla de ambas publicaciones en dos redes sociales diferentes.
 - Presentar guion de contenido para cada publicación (al menos dos).
 - Presentar una reflexión final en la que describe la importancia que tiene hacer una buena elección de contenido y selección de medios para publicarse.

Cierre

En cuestión de redes sociales nada está escrito para siempre, estar al tanto de las tendencias permitirá que las estrategias que utilices te mantengan vigente y acorde a los cambios. Por ejemplo, las tendencias para este 2023, según Sordo (2023), son:

1. Los influencers serán más escuchados.
2. Se elegirá el video sobre las imágenes.
3. Las redes serán un motor de búsqueda.
4. Se esperan nuevas redes sociales.

Puedes notar cómo en el campo de la tecnología nada es estandarizado, es cambiante, por lo que debes ser flexible y tener apertura a nuevas fórmulas, ya que no todas tendrán el mismo efecto, lo cierto es que, con cada una, tu aprendizaje se fortalecerá cada vez más.



Bibliografía

- I-SCOOP. (s.f.). *A guide to social content marketing*. Recuperado de <https://www.i-scoop.eu/content-marketing/social-content/>
- INEGI [@inegi_informa]. (31 de enero de 2023). *Conoce cómo ha cambiado el promedio de escolaridad en #México en los últimos 20 años con este #DatoINEGI* 🎒📖 [Fotografía]. Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CoGjCTVDv02/>
- Muy interesante México [@muyinteresantemx]. (21 de diciembre de 2022). *Se puede confundir con solo un paseo por el parque, pero el senderismo y sus beneficios físicos y mentales van más allá de una típica caminata*. [Fotografía]. Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/Cmc3B1ZKYtZ/>
- Sofía Vergara [@sofiavergara]. (8 de enero de 2023). *The Teresa readers match with everything* 🥰 Available at [@walgreens](https://www.instagram.com/p/CnLAoN4P8sd/) ! [Fotografía]. Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CnLAoN4P8sd/>
- Sordo, A. (2020). *Marketing de contenidos: qué es y cómo implementarlo en tu empresa*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-markegting-contenidos>
- Sordo, A. (2022). *Distribución de contenidos*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/distribucion-contenido>
- Sordo, A. (2023). *Tendencias de las redes sociales para 2023*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-redes-sociales>

Certificado en Liderazgo y Proyección de Imagen Profesional

Tema 24. Publicidad y *social customer care*



Introducción

Ernesto realizó un plan de contenido excelente que le ha permitido tener al día toda la información que desea compartir. Ha recibido muchos mensajes y también ofertas para publicitar algunos productos y servicios, sin embargo, no había visualizado la oportunidad y responsabilidad que tenía enfrente. La oportunidad es llegar a más personas para que las marcas lo contraten para que sea su imagen, sin duda, esto aumentará el número de seguidores, los cuales harán preguntas o solicitarán apoyo e información. Lo anterior demandará la organización de un servicio estructurado para la atención óptima de los clientes.

Rockcontent (2019) comenta que, para lograr éxito con la publicidad en las redes sociales, es importante conocer y respetar las particularidades de cada red social que se elija, porque cada público tendrá una reacción diferente al mensaje, dependiendo de la percepción que tenga al recibirlo.



Explicación

La publicidad y el *customer care* son dos grandes servicios que debes tener presentes, de manera que te permitan diseñar y potenciar tu proyección profesional.



Publicidad

Consiste en mostrar anuncios patrocinados por marcas, se puede entremezclar en el contenido o en forma de *display*.



Customer Care

Es el área (o persona) que brinda soporte y ayuda al usuario (cliente, seguidor) de las redes, logrando un diálogo y una mejor experiencia.

Según Newberry y Contreras (2019), la publicidad realizada tanto en Facebook como en Instagram considera el diseño de anuncios basándose en tres categorías de objetivos principales:

- 1. Reconocimiento:** su fin es llegar a un público que no conoce tu marca, lograr que se identifiquen y familiaricen contigo mediante contenido informativo y de calidad.
- 2. Consideración:** son anuncios hechos con el propósito de lograr que más personas realicen acciones cuando vean el contenido publicitado.
- 3. Conversión:** buscan lograr el crecimiento de tu marca por medio de visitas a página web, catálogo de productos, entre otros. En general, son acciones que el usuario realiza que te generan un retorno de la inversión, que puede ser monetaria o de información (base de datos).

Explicación

Adame y Newberry (2021) sugieren algunas ideas para que puedas atender correctamente a tus seguidores a través de las redes sociales:

1. Lleva a cabo un monitoreo.
2. Elige las mejores plataformas para el servicio al cliente.
3. Identifica la forma de contacto.
4. Realiza preguntas recurrentes.
5. Haz un cronograma.
6. Elabora plantillas de respuesta.
7. Genera un espacio de preguntas frecuentes.
8. Ofrece calidad en tus mensajes.



Actividad

Objetivo de la actividad	Emplear respuestas prediseñadas para dar atención a los usuarios y seguidores de la marca personal, para brindar atención oportuna y clara.
Instrucciones	<ol style="list-style-type: none">1. Define cinco preguntas recurrentes que un seguidor podría realizarte en tus redes sociales.2. Define al menos dos propuestas de respuesta que puedan servirte como plantillas para dar seguimiento a cada una de esas preguntas.3. Describe tres plantillas para iniciar una conversación con alguien que aún no ha enviado alguna pregunta, pero que ha reaccionado a varias de tus publicaciones.
Checklist	Asegúrate de: <ul style="list-style-type: none">• Presentar una lista de cinco preguntas que le harían a sus seguidores y que podrían ser recurrentes.• Proponer al menos dos respuestas para atender cada una de las cinco preguntas previas (diez en total).• Mencionar y describir tres plantillas útiles para iniciar una conversación con sus seguidores.

Cierre

Tanto en publicidad como en Customer care debes medir siempre tus resultados y avances, realiza estas mediciones en fechas determinadas y periódicas para que puedas saber si debes ajustar o redireccionar las estrategias. Las redes sociales son y seguirán siendo una gran fuente de exposición de tu marca, te pueden llevar a posicionarte, pero jamás olvides que, detrás de una pantalla, hay personas reales que pueden llegar a tener diversas necesidades y debes prepararte para atenderlas de forma oportuna.



Bibliografía

- Adame, A., y Newberry, C. (2021). *Atención al cliente en redes sociales: consejos y herramientas para hacerlo bien*. Recuperado de <https://blog.hootsuite.com/es/atencion-al-cliente-en-redes-sociales/>
- Rockcontent. (2019). *Todo lo que necesitas saber para obtener resultados con publicidad en las redes sociales*. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad-en-redes-sociales/>

Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.