

Redes sociales en el marketing digital

Tecnología e Innovación

LSC Sujey Anahí Díaz Herrera

Introducción

- La interacción que se vive hoy en día entre un usuario y su marca favorita por medio de las redes sociales es insuperable por cualquier otro medio disponible. Las conocidas redes sociales, además de cautivar, retener y brindar experiencias únicas, aumentan la posibilidad de que tu negocio incremente notablemente sus ventas.

Palabras claves

- Big data, red social, marketing digital, ventajas de las redes sociales.

Abstract

The interaction that exists today between a user and their favorite brand through social networks is insurmountable by any other available means. The well-known social networks, in addition to captivating, retaining and providing unique experiences, hint at the possibility that your business will significantly increase its sales.

Keywords

Big data, social network, digital marketing, advantages of social networks.

El valor de los datos



De acuerdo con Ochoa, M. (2020):

“Para poder explotar el valor de los datos, lo primero que deben tener las compañías son grandes volúmenes de información. Aquí empiezan los retos: almacenamiento, limpieza, homologación e integración de los datos para que sean una base sólida en la toma de decisiones”.

- En una cultura data driven no se toman decisiones solo a partir de la experiencia: el punto de partida es el análisis de los datos.
- La gran cantidad de información que producen todas las empresas y las redes sociales, hacen que nos encontremos con datos de tipo ***estructurado y no estructurado***.
- El primer reto es cómo fusionarlos o entablar un entendimiento entre ellos para explotar el valor de los datos. De ahí que nace el ***Big Data***.

Big Data



- La traducción literal de la expresión Big Data es: “Datos Masivos” o “datos a gran escala”.
- Big Data es un término que aplica a toda la información que no puede ser procesada o analizada mediante procesos tradicionales; es decir, las cantidades masivas de datos que se acumulan con el tiempo que son difíciles de analizar y manejar utilizando herramientas comunes de gestión de bases de datos. (Dans, 2011).

Red social

Definición

Escorza & Pasola (2004) afirman:

- *“Son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común, que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información”*. (pág. 22)



Principales Redes sociales



Marketing digital

Definición



Smith, M. (2018) afirma:

- “El marketing digital sirve para acercar productos o servicios a posibles clientes en los medios digitales”.

5 ventajas de integrar las redes sociales a tus estrategias de negocio

Incrementas la visibilidad de tu negocio

Muestras la autenticidad de tu marca

Mejoras notablemente tu *engagement*

Ganas confianza con la audiencia

Aumenta la satisfacción de tus clientes

Las redes sociales más usadas en el marketing digital





Para relacionarnos con los entornos conocidos, es útil para los negocios que tienen **clientes en el offline**. El objetivo en esta red social es conseguir la **participación** del público que ya te conoce para fidelizarlo.



Es útil para diferentes marcas sacarle partido a Youtube y ofrecer **contenido de valor en vídeo** interesante para sus usuarios de una forma más efectiva que si lo hicieran a través del texto.



Es una red perfecta para los negocios que tienen **clientes y actividad en el offline**. El objetivo de las empresas aquí debe ser **fidelizar** y fomentar el vínculo emocional con el público a través de las imágenes.



Las marcas pueden usar Twitter para **darse a conocer** a mucha gente nueva, ampliar su audiencia, compartir **contenido de valor** (propio y ajeno), **dialogar** con usuarios interesados en su temática y crear debate.



Las marcas están aprovechando este canal como una herramienta de **fidelización** para comunicarse con los clientes de una manera más directa y personal. Permite enviar fotos de productos, novedades, ofertas, noticias, imágenes, vídeos y enlaces a páginas web.



Es la red social profesional por excelencia. Se utiliza para darse a conocer, ampliar la red de contactos laborales e intercambiar información especializada. Permite encontrar contactos para hacer **colaboraciones** o negocios.



Está disponible para más de diez sistemas operativos. Telegram permite editar mensajes y los usuarios pueden decidir si se les puede incorporar o no a los grupos. Es la única mensajería instantánea que le mantiene el pulso a Whatsapp al día de hoy.

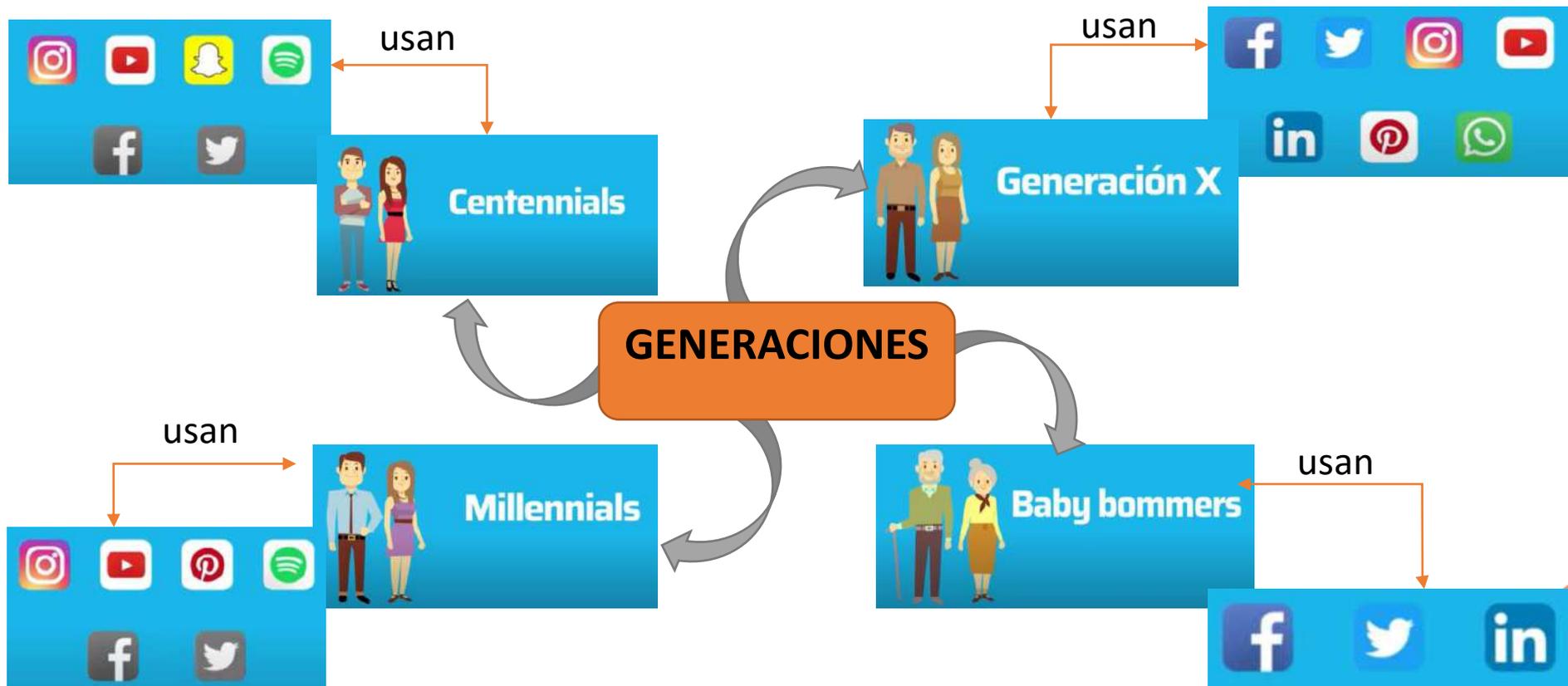


La inspiración y creatividad son las claves de esta red social. Pinterest tiene muchas posibilidades para empresas de todos los sectores, destacando especialmente las marcas de moda, belleza, *lifestyle* o los negocios con venta online.



*Es una aplicación móvil de mensajes instantáneos que se destruyen a los 10 segundos de haberlos visto sin dejar huella en el teléfono móvil. Y eso es precisamente lo que pueden aprovechar las marcas, generando una sensación de **urgencia** y **llamando la atención** de los seguidores.*

El uso de las redes sociales por generaciones



Conclusión

Las redes sociales son un atractivo canal que las marcas deben utilizar para mejorar su branding: escuchar, segmentar, hablar, conversar, movilizar, ayudar e involucrar a sus públicos para convertirlos en sus usuarios fieles. El marketing digital es la cercanía con el cliente y la libertad de decisión que se le da al permitirle opinar sobre productos y servicios, compartir el contenido y construir lo que quiere consumir hacen más efectivas las estrategias, sin duda un gran reto para las empresas o negocios.

Bibliografía

- Escorsa Castells, P., & Pasola, J. V. (2004). Tecnología e innovación en la empresa (Vol. 148). Univ. Politéc. de Catalunya.
- Smith, M. (2018). Marketing en Redes Sociales: Marketing en Facebook, Youtube e Instagram. Madrid: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Mañez, R. (2020). 27 Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales para Empresas en 2020. Obtenido de <https://rubenmanez.com/ventajas-desventajas-redes-sociales/>
- It Masters (2020). Explotar el valor de los datos en la empresa. Obtenido de <https://itmastersmag.com/noticias-analisis/explotar-el-valor-de-los-datos-en-su-empresa-como-comenzar/>
- Dans, L. (2011) Simple demographics often identify people uniquely. Carnegie Mellon Univesrity, editor. Data Privacy Working Paper 3, 2000. Disponible en: dataprivacylab.org
- Ro, Alicia (2020). Lista de 30 Redes Sociales más usadas en Marketing Online. Obtenido de <https://aulacm.com/lista-redes-sociales-marketing/>
- Imágenes. Pixabay. Disponible en: <https://pixabay.com/es/>