

# **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.*

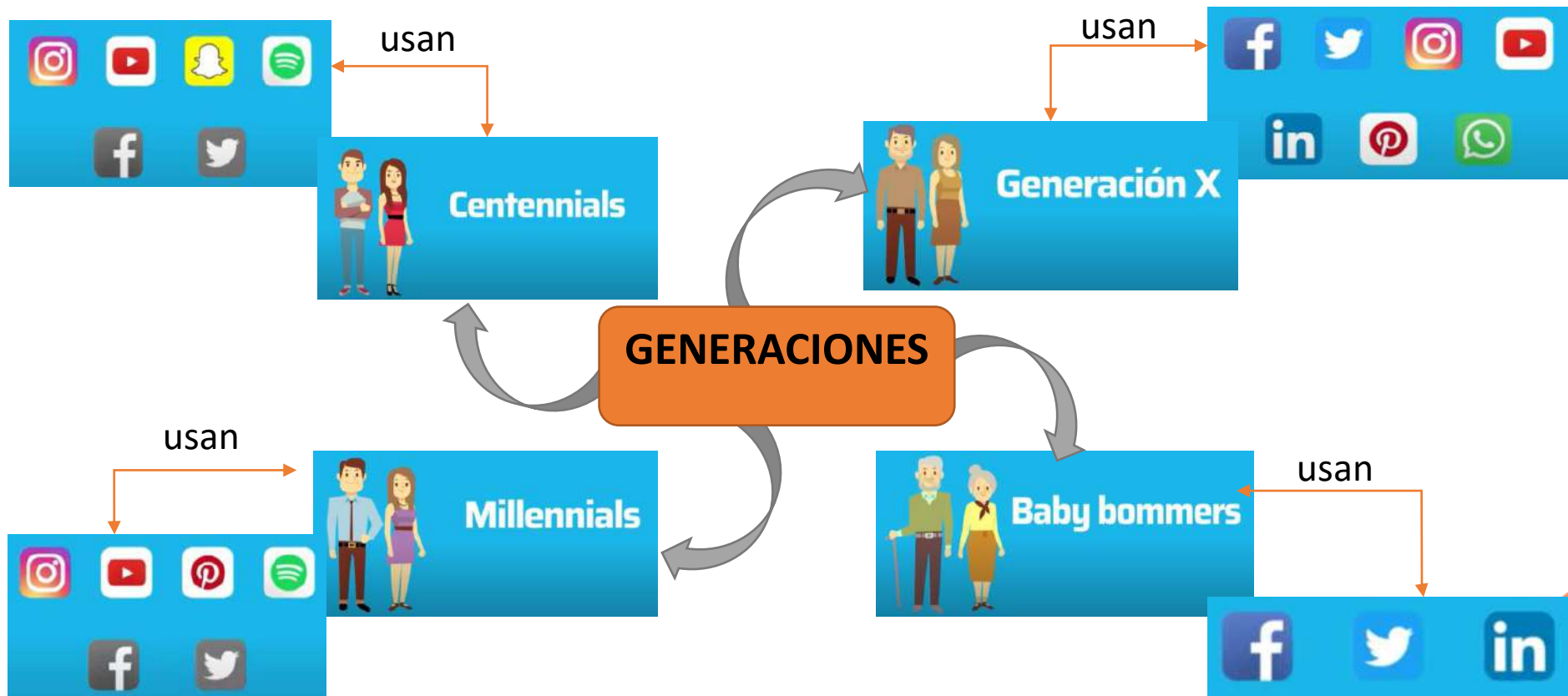


La inspiración y creatividad son las claves de esta red social. Pinterest tiene muchas posibilidades para empresas de todos los sectores, destacando especialmente las marcas de moda, belleza, *lifestyle* o los negocios con venta online.



*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](http://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/>