

www.eduardvilanova.com

"Social Media para emprendedores. Las redes sociales han llegado para hacer crecer tu negocio"

Palma Activa. Novembre 2012

About me



- Web: www.eduardvilanova.com
- E-mail: info@eduardvilanova.com
- Twitter: @EduardVilanova
- Linkedin: http://es.linkedin.com/in/EduardVilanova
- Powerpoint del curso: http://www.eduardvilanova.com/curso-social-media-para-personas-emprendedoras/

albatros® marine technologies

RAMBLA abogados & asesores

Grupo facebook del curso

http://www.facebook.com/groups/socialmediaemprendedores/



About you

① Empresa, emprendedor, idea de negocio, empleado, en busca de empleo, etc…?

② Utilización de redes sociales y con qué fines…?

③ Espectativas del curso…?

Social Media

¿Qué és?

- Los medios de comunicación sociales o simplemente **medios sociales** (social media en inglés), son plataformas de comunicación online donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la **Web 2.0**, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información.

¿Web 2.0?

Les Redes Sociales

¿Moda o Revolución?



Algunas cifras importantes:

- Somos **el 5 º país del mundo** que más utiliza estas redes, por encima de Francia y Alemania.
- Facebook, ha superado los 800 millones de usuarios en el mundo, entre los que **15 millones están en España** (33% aprox.)
- Twitter supera los 200 millones de usuarios en el mundo, de los cuales 100 millón son activos. Se estima que hay unos **4,5 millones de usuarios en España** (El 80% lo utiliza para hacer negocios)
- LinkedIn, la red social de profesionales, supera los 150 millones de usuarios en el mundo, llegando a **España a los 2 millones**.
- Youtube, 800 millones de visitantes cada mes

✓ **La Revolución de las Redes Sociales**

Las Redes Sociales

¿Porqué son importantes?



1. **Canal de información** de carácter inmediato: difundir nuevos productos y servicios, ofertas de éstos, difundir y rentrasmitir eventos, ofertas de trabajo, etc…

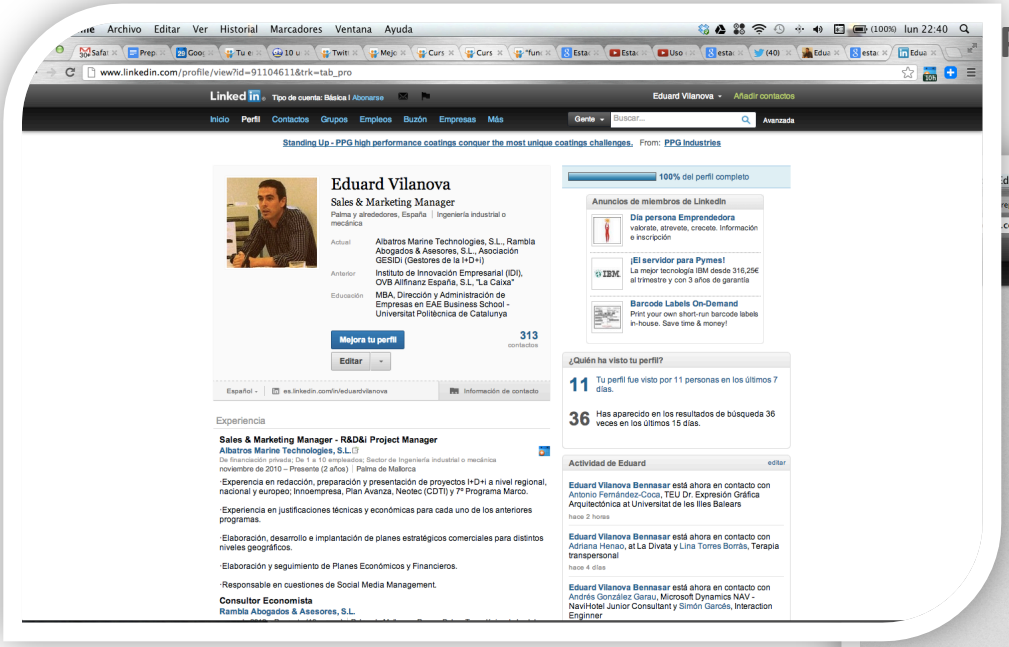
2. **Canal de comunicación** con:
   1. nuestros **clientes:** gestionar quejas, esclarecer dudas, obtener ideas y/o sugerencias de mejora o cambio, analizar la satisfacción, etc…
   2. con nuestros **empleados**

3. Trabajar la **imágen corporativa** de nuestro negocio

PERMITEN MEJORAR NUESTRAS VENTAS Y FIDELIZAR CLIENTES

LinkedIn

- LinkedIn es un sitio web orientado a negocios, fue fundado en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003, principalmente para **red profesional**.



Perfil profesional



Ficha de empresa

[Diez maneras de utilizar Linkedin para beneficio de las pequeñas empresas]

Optimizar el perfil de tu compañía en Linkedin



Optimizar el perfil de tu compañía en Linkedin

- **Lo Básico**: Puede subir un logotipo, agregar un párrafo que describa su negocio, la lista contactos y adjuntar su perfil.
- **Productos y servicios**: La principal novedad de Empresas LinkedIn es la adición de la ficha de Productos y Servicios.
- **Videos de You Tube**: Ahora también puede incorporar un video de You Tube en la página de información general y en cada uno de los productos y servicios de las páginas que cree.
- **Recomendaciones:** Probablemente la novedad más importante es la capacidad para solicitar recomendaciones de sus clientes
- **Otros:** Ofertas y campañas, estadísticas de visitas, oferta de empleos…

La novedad que más nos interesa…

…Promocionar nuestros Productos y/o Servicios



LinkedIn

Red *profesional*







twitter

- Twitter es una red social basada en el microblogging (140 caracteres).
- De los **4,5 millones** de usuarios españoles, el **80%** lo utiliza con fines empresariales
- Principales usos:
  - Ampliar red de contactos (potenciales clientes).
  - Compartir reflexiones, ideas, contenido y publicitar nuestros negocio y/o productos y servicios con los seguidores.
  - Conocer que está haciendo nuestra compentencia.

De los **4,5 millones** de usuarios españoles, el **80%** lo utiliza con fines empresariales



Conceptos más importantes sobre twitter

TÉRMINOS BÁSICOS

Estructura de un Tweet: Texto + enlace acortado + #hashtag
Estructura de un Retweet: RT + @nombredelperfilretuiteado + texto + enlace acortado + #hashtag

Los Retweets crean conversación. Para que un usuario pueda Retweetear nuestros Tweets, estos deben tener un máximo de 130 caracteres, en caso contrario, tendrá que modificarlo.



Idioma

Usa 1 sólo idioma en todos tus Tweets. Retweets pueden ser en idioma original

Enlaces

Los enlaces incluídos en Tweets deberán funcionar y enlazar a la fuente original si es posible

#Hashtags

Las Hashtags son el tema del Tweet. Se recomienda elegir ya existentes en Twitter y facilitar la difusión. Las etiquetas deben ser cortas

En caso de retransmisión de eventos en directo, no es necesario añadir ningún enlace, pero es importante incluir el hashtag que haga referencia al evento. La estructura debe ser:
Autor + Cita + #hashtag

Documento Twitter for Companies

¿Perfil personal o Fan Page?

- "Los perfiles representan a individuos y se deben mantener bajo un nombre individual, mientras que las páginas permiten a una organización, empresa, famoso o marca mantener una presencia profesional en Facebook." *Reglamentación Uso Facebook*

¿Perfil personal o Fan Page?

FAN PAGE

- **Visibilidad**. No aceptación amistad
- **Medición**. Estadísticas útiles para medir el impacto y la interacción
- **Poscionamiento**. Mejor posicionamiento en buscadores
- **Mensajes**. Puedes enviar mensajes a todos tus seguidores a la vez.
- **Foros.** Puedes organizar Foros entres tus seguidores para incrementar tu conexión e interacción.

VS

PERFIL PERSONAL

- **Chat.** Utilización del chat
- **Mensajes directos.**
- **Etiquetar tu negocio.**
- **Datos.** Puedes acceder a todos los datos

+ facebook

Ya tengo el perfil de mi negocio

como perfil personal

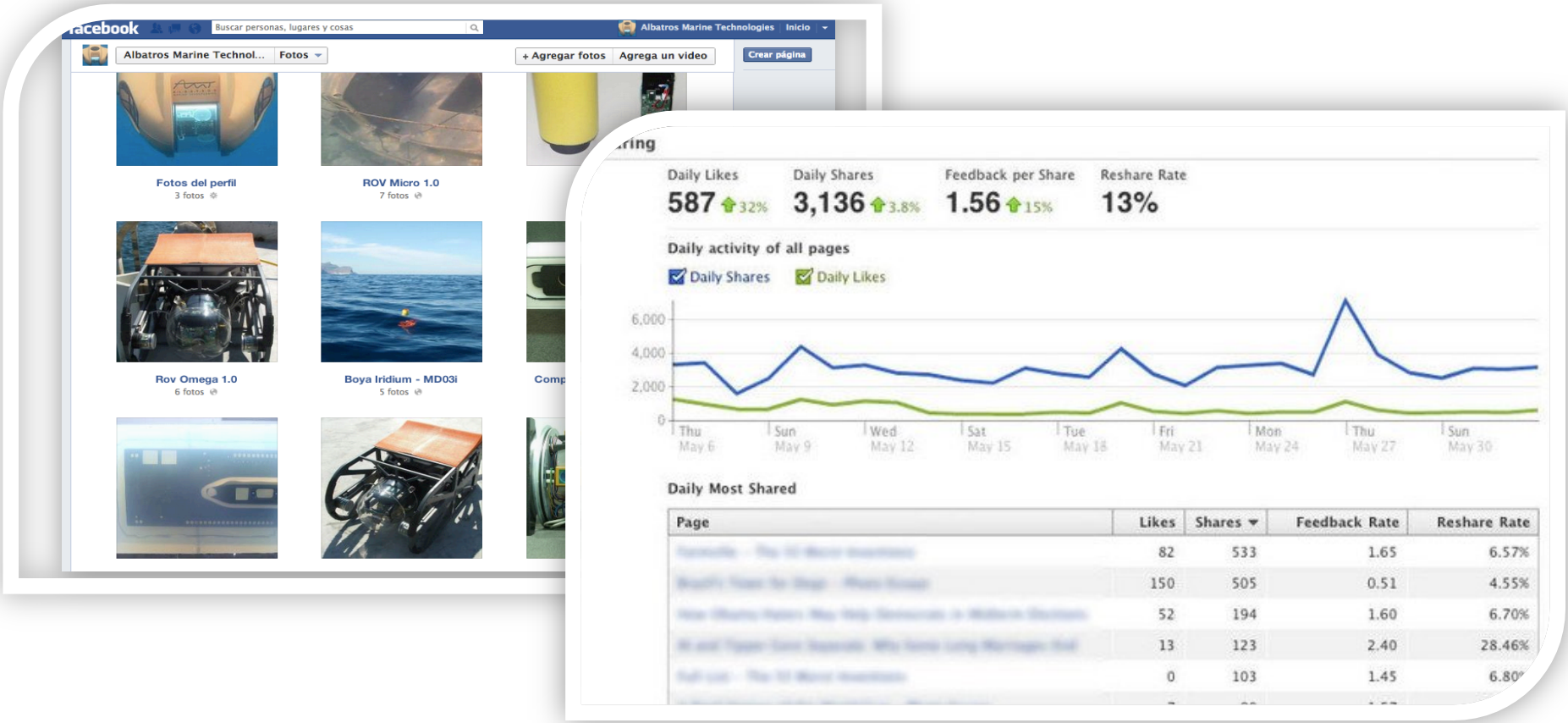


- Pasar perfil personal a Fanpage
- Leer Condiciones de las páginas
  - Las portadas no pueden incluir:
  - Información de compra o precios como, por ejemplo, "40% de descuento" o "Descárgatelo en músicasocial.com", etc…

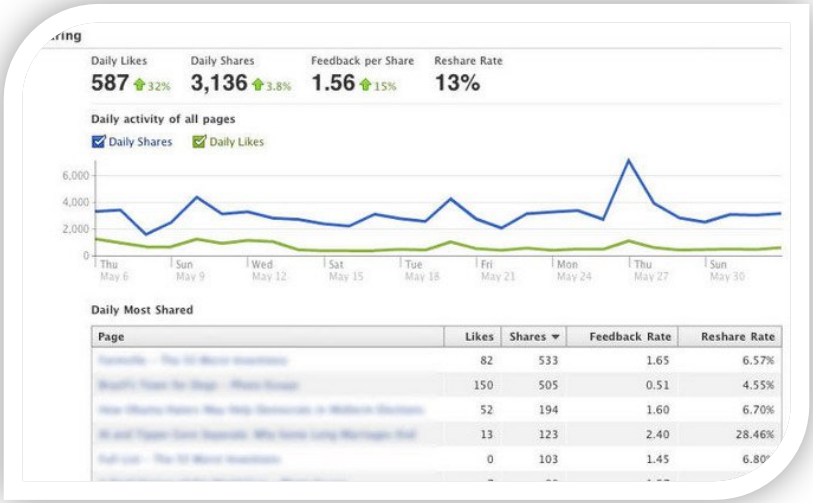
✓ Guía facebook para empresas

Análisis de impacto e interacción

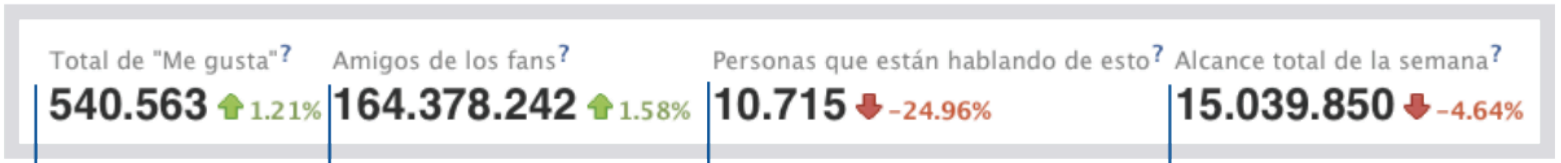
¿Existe un interés?



Análisis de impacto e interacción



Principales estadísticas



- **Total de "Me gusta":** el número de personas que han hecho clic en "Me gusta" en tu página.
- **Amigos de los fans:** el número de personas que son amigos de tus fans, incluidos tus fans actuales.
- **Personas que están hablando de esto:** el número de personas que han creado una historia sobre tu página durante los últimos siete días.
- **Alcance total:** el número de personas que han visto cualquier contenido relacionado con tu página (incluidos los anuncios o historias patrocinadas que dirigen a tu página) durante los últimos siete días.

Análisis de impacto e interacción

Principales estadísticas

- **Fecha:** el día de publicación, según la hora estándar del Pacífico.
- **Publicación:** un extracto de la publicación. Haz clic en el texto para ver la versión completa.
- **Alcance:** el número de personas que han visto tu publicación.



Fecha ?	Publicación ?	Alcance ?	Usuarios que interactúan ?	Personas que están hablando de esto ?	Difusión ?
7/11/2011	Tune in tomorrow at 9:30a...	48.982	519	145	0.3%
4/11/2011	We chatted with Conill Chief...	53.975	438	118	0.22%
3/11/2011	Looking for more ways to le...	84.999	1.448	212	0.25%

- **Usuarios que interactúan:** el número de personas que han hecho clic en cualquier lugar de tu publicación.
- **Personas que están hablando de esto:** el número de personas que han creado una historia relativa a tu publicación. Ejemplos de historias son:
  - Hacer clic en "Me gusta" en una publicación, comentarla o compartirla.
  - Responder a una pregunta.
  - Responder a la invitación a un evento.
- **Difusión:** el número de personas que han creado una historia relativa a una publicación de tu página como porcentaje del número de personas que la han visto.

Guía Estadísticas de las Páginas de Facebook

Ranking de seguidores de las 25 primeras Marcas

dl.dropbox.com/u/2242091/appletree_Twitteroscc

twitter

TWITTER GLOBAL		TWITTER ESPAÑA	
Apple	6.521.268	12.177.683	FC Barcelona
Google	5.249.137	6.558.257	Real Madrid
Facebook	4.667.639	148.962	Mango
Verizon	819.862	88.526	Zara
McDonalds	674.915	75.635	Movistar
Coca-Cola	650.354	65.635	Bershka
Amazon	336.562	31.781	Repsol
Microsoft	293.316	29.256	Banesto
Louis Vuitton	261.510	23.842	Damm
Walmart	257.553	15.796	La Caixa
at&t	149.545	9.796	Iberdrola
General Electric	109.546	9.738	Massimo Dutti
BMW	68.520	9.057	Banco Sabadell
SAP	57.332	8.987	Mercadona
Wells Fargo	42.475	7.116	Endesa
Deutsche Telekom	35.254	5.828	Cruzcampo
IBM	27.890	5.115	BBVA
UPS	20.223	3.747	Mahou
VISA	8.025	1.720	DIA
Vodafone	221	1.642	Mapfre
Baidu	0	438	Santander
ICBC 4	0	204	Banco Popular
Marlboro	0	0	Gas Natural Fenosa
China Mobile	0	0	Prosegur
China Construction Bank	0	0	El Corte Inglés
		0	Cola Cao

facebook

FACEBOOK GLOBAL		FACEBOOK ESPAÑA	
Facebook	72.252.436	35.050.394	FC Barcelona
Coca-Cola	50.782.427	31.640.389	Real Madrid
McDonalds	22.233.327	14.584.647	Zara
Walmart	20.703.566	4.800.278	Bershka
Amazon	11.367.125	4.237.183	Mango
BMW	11.201.310	882.953	El Corte Inglés
Google	10.571.140	233.739	Cruzcampo
Louis Vuitton	9.507.834	221.263	Mahou
Verizon	3.001.750	188.970	Massimo Dutti
VISA	2.652.965	166.260	Mercadona
at&t	2.626.314	159.003	Movistar
Microsoft	1.961.835	125.278	La Caixa
General Electric	899.692	108.213	Repsol
UPS	408.609	96.903	Damm
Wells Fargo	208.077	96.375	DIA
IBM	153.951	83.402	Banesto
SAP	151.658	50.392	Santander
Deutsche Telekom	26.063	42.480	Cola Cao
Baidu	0	41.962	Endesa
Apple	0	31.316	Banco Sabadell
Marlboro	0	12.523	Mapfre
China Mobile	0	9.629	Iberdrola
Vodafone	0	2.748	BBVA
ICBC	0	595	Banco Popular
China Construction Bank	0	0	Prosegur
		0	Gas Natural Fenosa

"Una imágen vale más que mil palabras"

- Youtube es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos (Wikipedia)
- Cuando utilizamos un vídeo para promocionar un producto no tiene límites geográficos (idioma)
- Los usuarios pueden añadir comentarios y compartirlos
- Podemos enlazar el perfil o vídeos de youtube en nuestra web
- Comparte los vídeos en tus redes sociales y capta a tus clientes
- De nuevo, posicionamiento

✓ Guía para la optimización de tu canal youtube

"Una imágen vale más que mil palabras"

¿Qué vende más?

Bentley State Limousine 2002

BENTLEY

MOTOR	PRESTACIONES:
Combustible: Gasolina **Situación:** delantero longitudinal **Alimentación:** Turboalimentado, 2 turbos Garret T3. Inyección Bo Motronic 7.1.1 **Cilindrada (cc)** 6750 **Diámetro x carrera (mm)** 93 x 68,5 **Potencia máxima (CV/rpm):** 408 a 4000 rpm **Torque o par máximo (N·m/rpm)** 834 N·m a 3250 rpm **Numero de cilindros / disposición:** 8 / en V a 90° **Relación de compresión:** 8:1 **Distribución:** OHV, 2 válvulas por cilindro (16 en total) **Refrigeración:** Agua	**Velocidad máxima (km/h):** 193 **Aceleracion de 0 a 100 km/h (seg)** n/d **Aceleracion de 0 a 1000 m (seg):** n/d
TRANSMISIÓN	
Tracción: trasera **Caja de camios:** 4 velocidades, automático **Embrague:** n/d	
CHASIS	
Suspensión delantera: independiente, brazos transversales dobles. McPherson **Suspensión trasera:** independiente, brazos transversales dobles. McPherson **Frenos delanteros:** discos ventilados **Frenos traseros:** discos ventilados **Neumáticos delanteros:** 285/55 R19 **Neumáticos traseros:** 285/55 R19	
DIMENSIONES Y PESOS	
Número de puertas: 4 puertas **Largo/ancho/alto (mm):** 6220 / 2000 / 1770 **Batalla (mm):** 3844 **Via delantera (mm):** n/d **Via trasera (mm):** n/d **Peso en vacío:** 3390 Kg	



Bentley continental GT

vimeo

- Mismo concepto que youtube
- Se crea un canal que permite tener fans y recibir las actualizaciones o nuevos vídeos, igual que youtube
- Permite descargar los videos en tu ordenador
- También se pueden enlazar en tu web
- Aunque tiene menos tráfico, la calidad de los vídeos son mejores (alta definición)
- Diseño atractivo
- Para empresas deberá ser un perfil de pago

¿Cantidad o Calidad?

New:
La voz en redes sociales

uWhisp

- Hace posible que en redes sociales, o cualquier web donde puedas compartir comentarios, los usuarios publiquen archivos de audio. Lo describen como “una manera de humanizar el mensaje”.

