

Creatividad en las Estrategias de Redes Sociales

Por Victor Garza

En lo que a redes sociales se refiere, sea una empresa grande o comercio chico, se debe tener muy claro cuáles son los elementos básicos para transmitir la personalidad de la marca a través de la comunicación social.

Es más que sólo tener presencia en la redes, es necesario interactuar con la audiencia dejando a un segundo plano el número de seguidores y dándole más importancia a la interacción. Es decir, es muy importante el número de seguidores o fans y no cabe duda que ahora es la nueva divisa con que se mide el grado de influencia en un grupo, pero no es lo más importante, ya que se debe tener una relación con esta audiencia, conversar con ellos, interactuar con ellos, saber que piensan y porque, es así que es mejor tener pocos seguidores pero con una buena y estrecha relación.

Pero como innovar en la estrategia o en otras palabras como hacer exitosa una campaña en redes sociales, aquí mencionamos algunos elementos que pueden ayudar a conseguirlo en el caso específico de un pequeño comercio.

Personalidad de la marca

Es muy importante establecer una personalidad en la comunicación de tu marca o negocio, es decir como hablaría tu marca a sus clientes si fuera una persona. Esta personalidad es la que dará autenticidad y credibilidad a tus mensajes.

Ubicación

Es importante que el negocio no sólo este cerca del mercado meta o segmento a dirigirse, es importante que tanto la ubicación online y offline sea cómoda para el cliente. Es decir si mi negocio ya está ubicado en una zona, intenta averiguar quienes en las redes sociales se encuentran en los alrededores y atacar a ese mercado que hasta ese momento no sabias que existían. Además, puedes usar herramientas de geo-localización, como check-in de Foursquare, places de Facebook, o darte de alta en Google maps para tener promociones especiales para este mercado. Si tu negocio aun no está ubicado físicamente, te sugerimos investigar tu mercado en medios sociales en esa área y porque no, preguntarles primero si desean cerca un servicio o producto como el de tu negocio.



@ChunchesSnacks

"#Tigre o #Rayado Azul o Amarillo ,todos somos #Regios,Todos somos Chunches's.
Ven por Sabalitos #Gratis a #LowesMx"

@ChunchesSnacks

"Fresco,Grande y Dulce Sabalito,busca chica antojada a quien refrescar."

@ChunchesSnacks

Fresco,Grande y Dulce Sabalito,busca chica antojada a quien refrescar.

@ChunchesSnacks

Avisos de ocasion- "Guapo Churro bronceado,tierno y muy dulce,busca chava antojada y caprichosa"-Chunche's "El Snack Irresistible"

@ChunchesSnacks

AVISOS DE OCASION-Conchas Golosas bien sabrosas,que se llevan bien con todo;buscan chavos aventados que les guste combinar.
Chunche's Snacks

Creatividad en las Estrategias de Redes Sociales

Por Victor Garza

Calidad en el producto o servicio

Hay que recordar que la estrategia debe estar reforzada por un buen servicio al cliente y que los productos sean de calidad. Las redes sociales no son mágicas ni convertirán un producto deficiente en uno bueno sólo por obra divina. Hay que dar calidad.

Engagement directo

Tener contacto directo con la audiencia, online y offline (contacto personal) en el establecimiento ayuda mucho a que el cliente te recomiende. Hay que convertirlos en consejeros de la marca y preguntar su opinión acerca de alguna promoción o lanzamiento de producto y comunicarles que ellos son lo más importante; de esta manera estarás convirtiéndolos en evangelistas de la marca.

Deja que los usuarios compartan por ti. Crear imágenes y publicidad de tus usuarios consumiendo tu producto en el establecimiento y colocar este material a su disposición hace que ellos mismos compartan la imagen con sus amigos, dándote una promoción indirecta hacia tu marca o servicio.

Además, hay que darles la oportunidad de que ellos mismos se conecten a sus redes sociales en tu establecimiento y que ellos mismos compartan una promoción con un amigo sólo por estar ahí, esta alternativa crea un efecto viral de gran impacto.

Marketing móvil y correcto uso del email marketing

Son cada vez más los usuarios de smartphones en México (11 millones de unidades colocadas en Latinoamérica. *CNNExpansión, 2010*) y esperemos que la compañías hagan un esfuerzo extra para crear planes de datos más accesibles para todos. Al existir un incremento en el uso de medios sociales a través de dispositivos móviles (*Crecimiento de un 30% en 2010 con respecto a un 12% en 2009. Estudio de Consumo de Medios Digitales, AMAI, 2010*), es importante hacer una inteligente mezcla de redes sociales y mail marketing, utilizando promociones en línea y newsletters y cuidando de no inundar los inbox de nuestra audiencia con spam. El propósito es utilizar estas como herramientas virales de interacción con nuestra audiencia. Cuando el email marketing se combina correctamente con

los medios sociales se produce un efecto amplificado ya que es el usuario mismo quien se convierte en el mensajero de nuestra marca. Para que esto suceda se requiere una correcta planeación de la estrategia.

Estas son sólo algunas de las sugerencias en el uso creativo de estrategias de medios sociales para un las pequeñas y medianas empresas.

Víctor J Garza es director de diseño y medios en **Odysii México**, empresa líder en el desarrollo de soluciones inteligentes en el punto de venta. Además es consultor de redes sociales para pequeñas y medianas empresas. Actualmente imparte las asignaturas de **Estrategias de Medios IV, redes sociales y nuevos medios en el Centro de Estudios de Diseño de Monterrey (CEDIM)**.