



**ESTRATEGIA
EN REDES SOCIALES**

1 LA ERA DIGITAL

ESTRATEGIA
EN REDES SOCIALES



Las redes sociales en Internet han supuesto una revolución en la comunicación y el marketing de las empresas y organizaciones. Cada vez hay mayor conciencia de la necesidad de “estar” en las redes sociales. Pero no basta simplemente con tener presencia en estos medios, ya que hacerlo de una manera no planificada y sin una estrategia puede derivar en consecuencias negativas para la reputación digital de las organizaciones.

Una estrategia social media es un plan u hoja de ruta única para cada persona u organización, en la que se abordan aspectos como la identificación de objetivos, el público destinatario, la elección de las redes sociales, la estrategia de contenidos o los indicadores que marcarán la idoneidad de la estrategia. Hay muchos factores que influyen a la hora de elaborar una estrategia social media, como el tamaño de la empresa, el tipo de actividad, el público objetivo o simplemente los recursos con los que se cuenta para llevarla a cabo.

GOOGLE
COLABORACIÓN USUARIOS
FACEBOOK COMUNICACIÓN LINKEDIN
REDES SOCIALES
TWITTER COOPERACIÓN EMPRESA
MARKETING CAMPAÑA MARCA
ESTRATEGIA ANÁLISIS

2 NUESTRO PROPÓSITO



Desde Digitalde, queremos acompañar en la planificación, el desarrollo y la puesta en marcha de la estrategia en medios sociales, siempre trabajando con la premisa del “cuidado” y el “mimo” en cada paso que contribuya a mejorar la comunicación de la entidad y su identidad digital.

En esta línea de trabajo, los servicios que podemos ofrecer son:

1

Mejora de la presencia y reputación en la red, ofreciendo una imagen coherente, atractiva y “cuidada” de nuestra marca en Internet (Branding digital).

2

Posicionamiento de la organización, marca o producto en su sector de actividad y acorde a la imagen que se quiere ofrecer.

3

Crear comunidad con las personas usuarias de espacios en redes sociales con intereses comunes a los de la organización.

4

Contribuir a **generar conversación** en torno a nuestro sector de actividad, para lograr ser influyente y referente.

3 NUESTRA METODOLOGÍA

ESTRATEGIA
EN REDES SOCIALES

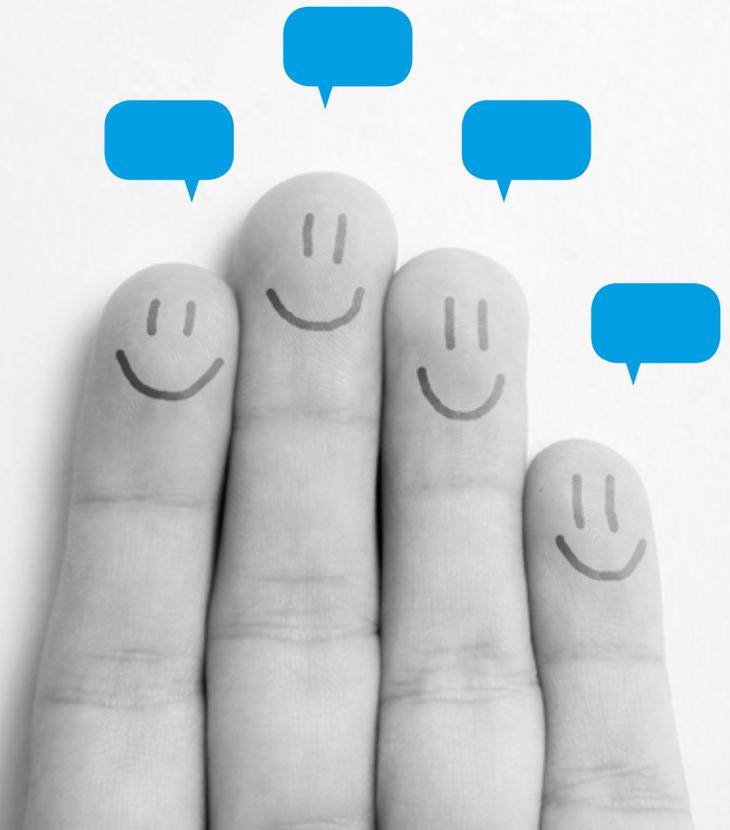


La elaboración de una estrategia en Social Media requiere de un alto grado de conocimiento sobre la empresa a la que va dirigida, de su sector de actividad y de su mercado, por lo que se requiere de una colaboración estrecha entre Digitalde y la empresa para “afinar” lo máximo posible esta estrategia.

El documento de estrategia será la hoja de ruta que seguiremos para lograr los objetivos marcados en la misma. Nos gusta hablar de una estrategia líquida, que sea adaptable y moldeable a las circunstancias que puedan aparecer.

Fases de la estrategia:

1. Diagnóstico o auditoría digital
2. Definición de objetivos
3. Público objetivo y posicionamiento
4. Estrategia de presencia en redes sociales
5. Estrategia de contenidos
6. Guía de estilo y manual de crisis
7. Medición de resultados



3 NUESTRA METODOLOGÍA

ESTRATEGIA
EN REDES SOCIALES



1

Diagnóstico o auditoría digital: 1. en esta fase se analiza la presencia de la empresa u organización en las redes sociales y otros espacios en Internet, y no solamente analizando los canales corporativos abiertos con anterioridad (blog, Facebook, Twitter, etc), sino también mediante la escucha activa y monitorización de lo que se está diciendo sobre la empresa, producto o marca, sin olvidar la realización de un análisis de la competencia en el mismo sector.

2

Definición de objetivos: como en cualquier estrategia, se deben marcar unos objetivos cuyo cumplimiento será la garantía de su idoneidad. Estos objetivos deben ser realistas, medibles, alcanzables, específicos y acotados en el tiempo, y estarán consensuados con las personas responsables dentro de la organización.

3

Público objetivo y posicionamiento: definir al público al que nos dirigimos (edad, sexo, procedencia, intereses, etc) marcará el modo de hacer en la estrategia. Además, decidiremos qué imagen se quiere dar, aspecto crucial en la estrategia, para definir el tipo de contenidos y los valores que se quieren transmitir.

4

Estrategia de presencia en redes sociales: el universo de las redes sociales abarca un gran espectro, por lo que es importante elegir en dónde se va a tener presencia para optimizar los esfuerzos y los recursos con los que se cuenta.

5

Estrategia de contenidos: el tipo de contenido (imágenes, vídeos, mensajes cortos o más elaborados, etc), así como elegir en qué medio se compartirán, será un aspecto importante a definir. Además, se definirá cómo se elaborarán los contenidos para que aporten valor a la comunidad ofreciendo conocimiento y experiencia.

6

Guía de estilo y manual de crisis: es importante definir el lenguaje que se va a utilizar para dirigirse a la comunidad, el idioma o idiomas y los protocolos de conversación y respuesta.

7

Medición de resultados: hay que medir para avanzar. Se establecerá por tanto un sistema de indicadores para ver resultados y “legitimar” o “adaptar” la estrategia.

4 ¿QUÉ LOGRAREMOS?



Mejorar la imagen de la empresa, organización o marca en Internet, ofreciendo un concepto sólido y reconocible de la misma, en la medida que se potencia la buena reputación en la Red y se minimizan las opiniones negativas o contrarias.

Obtener un **posicionamiento** en el sector de actividad de la organización, lo que atraerá a clientela potencial -entendiendo clientela como las personas usuarias de servicios o que adquieren productos- e incluso a otras empresas para crear alianzas o colaboraciones.

Llegar a más audiencia, en la medida que las redes sociales actúan como un altavoz de los mensajes que se ofrezcan sobre los servicios o productos, abaratando costes que suponen la publicidad tradicional.

Fidelizar a la “clientela” que ha utilizado los servicios o consumido los productos que se ofrecen, mediante la mejora de la comunicación que permita a esta clientela resolver sus dudas o contactar de una forma directa.

Obtener información valiosa de las comunidad, a modo de **estudio de mercado gratuito**, sobre sus necesidades, intereses, opiniones, etc. que permitan ajustar servicios o cambiar formas de hacer. Dar voz a esta comunidad (participación).

Aumentar ventas (en el caso de organizaciones no lucrativas no solo pensando en el concepto de venta material, sino personas interesadas en lo que se ofrece), consecuencia lógica del fortalecimiento y notoriedad de la marca, la imagen atractiva acompañada de una buena reputación y posicionamiento en la Red y una estrategia de comunicación y marketing que cumple los objetivos marcados.

5 NUESTRA EXPERIENCIA

ESTRATEGIA
EN REDES SOCIALES



Gestión de la comunicación en redes sociales del Ayuntamiento de Galdakao

Cliente: Ayuntamiento de Galdakao

Año: 2013 -Actualmente

Acciones realizadas:

- Diagnóstico de presencia en Internet
- Estrategia Social Media
- Escucha activa y vigilancia en la Red sobre Galdakao y su corporación municipal
- Acciones para mejorar la visibilidad y reputación del municipio, así como de sus instituciones.
- Gestión de los canales en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram y Youtube)
- Atención ciudadana a través de las redes sociales
- Consultoría a personas de la institución sobre herramientas en Internet.



5 NUESTRA EXPERIENCIA

ESTRATEGIA
EN REDES SOCIALES



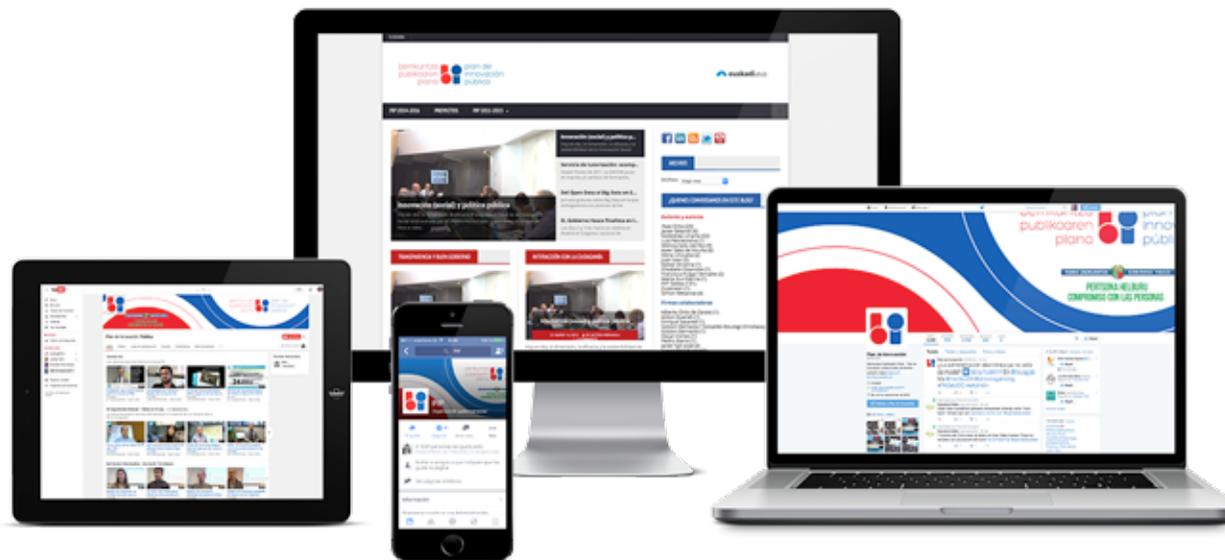
Diseño y ejecución de acciones de participación y comunicación en Internet del Plan de Innovación Pública del Gobierno Vasco

Cliente: Gobierno Vasco

Año: 2011 -Actualmente

Acciones realizadas:

- Gestión de los canales en redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn y Novagob) y repositorios (Flick, Youtube, Slideshare).
- Gestión y dinamización de blog corporativo del Plan de Innovación Pública.
- Comunicar y dar difusión a la actividad del PIP en la Red.
- Generación de contenido para blog.
- Diseño de acciones para fomentar la participación en torno al Plan.
- Diseño de acciones para dar visibilidad al Plan y dar valor a la comunidad (Diseño de calendario, concurso de fotografía en Facebook, recopilatorio “las 100 frases sobre innovación”, etc.)



berrikuntza
publikoaren
plana



plan de
innovación
pública



6 SOMOS DIGITALDE

ESTRATEGIA
EN REDES SOCIALES



Digitalde es una empresa de comunicación digital ubicada en Galdakao (Bizkaia), que ofrece servicios de consultoría, formación y presencia en Internet.

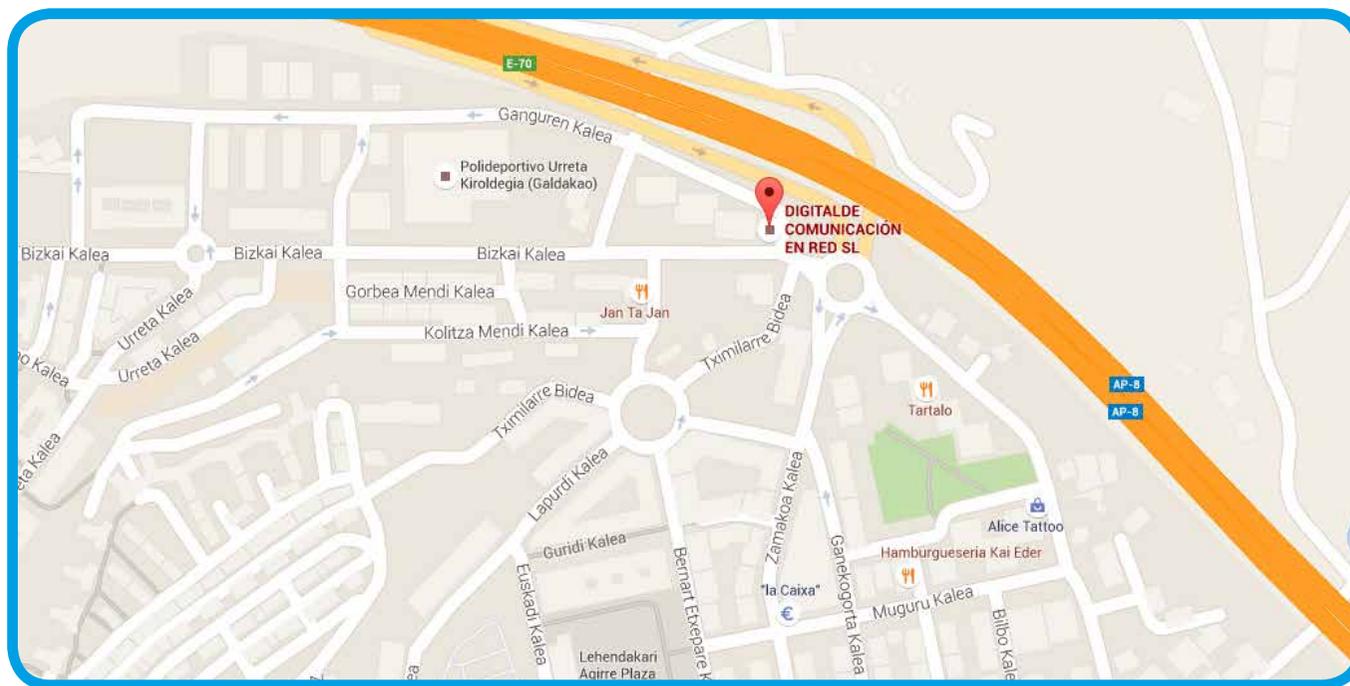
El nombre de Digitalde surge de la unión de lo **digital + talde**, que es equipo en Euskera. Es decir, somos un **equipo** que se integra dentro de diferentes proyectos en **entornos digitales**.

Somos una **empresa abierta**, que trabaja en **Red**. En este sentido, ponemos a disposición de los proyectos en los que participamos esta Red, compuesta por personas profesionales con experiencia y conocimiento en diferentes ámbitos, desde la consultoría hasta el diseño gráfico.

Nuestro trabajo está basado en la filosofía de la **consultoría artesana**, que se traduce en el orgullo por las cosas bien hechas. Aportamos nuestro valor diferencial en el mimo con el que tratamos cada proyecto, huyendo de los estándares de hacer lo mismo para todos ellos, y aportando, además de la profesionalidad, una implicación que derive en hacer de cada colaboración un proyecto un único.

Nos puedes encontrar en:

Digitalde Comunicación en Red S.L.
C/ Bizkai 38, entreplanta B, Módulo 2.
48960 Galdakao (Bizkaia)
Tfn: 652724637
Web: www.digitalde.eus
Email: info@digitalde.eus
Twitter: [@digitaldeON](https://twitter.com/digitaldeON)



7 EQUIPO Y RED



El equipo Digitalde lo conformamos 3 personas:



Naiara Pérez de Villarreal

Consultora Artesana Especialista en estrategias en medios sociales y marketing digital, así como consultoría especializada en Internet y herramientas digitales.

naiara@digitalde.eus
[@naiarapzv](https://twitter.com/naiarapzv)



Mikel Sánchez

Consultor en redes sociales y Social Media Strategist. Elaboración de contenidos, analítica, posicionamiento en buscadores (SEO) y SEM (certificación en Google Adwords)

mikel@digitalde.eus
[@mikelsb](https://twitter.com/mikelsb)



Ane Martínez Recio

Consultora en Internet y herramientas digitales, experta en formación, capacitación y coaching tecnológico.

ane@digitalde.eus
[@kizkur](https://twitter.com/kizkur)

Contamos además con una fuerte red de profesionales con los que colaboramos habitualmente, entre los que se encuentran las siguientes personas:



Julen Iturbe-Ormaetxe
Consultor Artesano



Itxaso Diaz
Videasta y documentalista



Asier Etxebeste
Consultor y programador



Maika Prado
Diseñadora e ilustradora



digitalde
/eginaz ikasi