Planes de Presencia Online

Descripción de los distintos planes para creación y gestión de redes sociales

- Introducción
- Analisis y Estrategia de Marca
- Planes de RRSS
- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter
- Social Media Report

Introducción

Las redes sociales son una realidad actualmente y las marcas tienen que decidir de alguna forma integrarse a éste medio para que puedan llegar a la mayor cantidad de usuarios. Nuestro equipo ofrece una serie de planes que permite su integración y mantención en las redes sociales sin tener que estar constantemente en preocupación por su mantenimiento.

Antes que todo, es importante aclarar que ningún plan de redes sociales va a tener efecto inmediato, normalmente se requiere un esfuerzo constante y sostenido para poder tener alcance en las redes sociales debido al gran número de marcas que entran en la misma competencia. Pero le podemos asegurar que, dentro de 6 meses, verá un cambio importante con respecto al alcance de cuentas dentro de la red social en la cual se enfoque.

Nuestro equipo agradece su tiempo y disposición a leer éste material.

Analisis y Estrategia de Marca

ANÁLISIS DE MARCA

1. Informe de estadísticas existentes de posicionamiento en redes.

Se realiza un informe acerca de las redes existentes del cliente sobre su cantidad de seguidores, número de posteos existentes y el "engage" que posee el contenido existente.

Se considera el nivel de interacción con los usuarios en las distintas redes, el tiempo de respuesta promedio a los mensajes y si se requiere considerar la implementación de algún tipo de automatización para gestionar sus redes.

2. Público objetivo

Análisis del público objetivo. Ésto se refiere tanto al que ya existe como al que se desea llegar.

Considerar o no la implementación de comprar followers.

3. Análisis de competencia

Informar sobre los negocios que cumplen caracteristicas similares y analizar sus estrategias para lograr llegar y captar seguidores en las distintas redes sociales en los cuales presentan actividad. No se toma en cuenta los negocios que tienen redes sociales sin interacciones.

ESTRATEGIA DE MARCA

1. Análisis del contenido a comunicar

Importante que el cliente entregue un mensaje claro a comunicar en redes sociales y la forma en que quiere hacerlo. El contenido que el cliente brinda es importante ya que es la estructura

principal de su marca. Éste contenido no es de creación libre por parte de nuestro equipo ya que debe ser pre-aprobado por el cliente antes de que se presente en redes sociales.

Ésta información se podrá actualizar de distintos modos: semestral o trimestral. Es importante que se arme un plan a largo plazo para distribuir un contenido y ver si tuvo cierta eficacia en su implementación para luego presentarlo en los informes de resultados.

2. Propuesta de contenido de identidad visual

Luego de reuniones con el cliente se establece: información que será entregada y preferencias de contenido visual.

Una vez que se ya se posea esta información, se procede a la creación de contenido visual que será entregada al cliente para que éste la apruebe y/o informe sobre cambios que serán realizados. Este proceso no puede superar las 2 semanas.

3. Creación de plantilla de posteos mensuales.

Una vez que el contenido a publicar en redes es aceptado por el cliente, se genera el calendario de publicación de contenido. Éste puede ser ajustado según requerimientos individuales, pero una vez que es aprobado se aplica como tal. No se aceptan modificaciones posteriores de éste material.

Planes de RRSS

Instagram

Actualmente **Instagram** en una de las redes sociales más usadas para tener alcance comercial. Se está estableciendo de manera gradual una nueva forma de usar ésta plataforma para promocionar publicaciones y tener mayor alcance dentro de la misma.

En distintos países ya se encuentra disponible planes de suscripción de Instagram pero aún no se encuentra disponible en Argentina (información de Julio, 2024), por lo cual la forma actual de lograr visibilidad es a través de crear un plan de posteos y ser constante sobre aquellos para no perder la visibilidad ganada.

Facebook

TikTok

Twitter

Social Media Report

Un Social Media Report informa cómo la marca se está comportando en las redes sociales. Son reportes que llevan la información importante y precisa de todo lo que se ha posteado, ya sea mensual o anualmente.

Lo que se debe mostrar depende de las metas que se plantearon para la marca, pero principalmente se incluye:

- **Posts:** el mejor resultado del mes
- **Resultados claves:** Desafíos, tendencias y oportunidades.
- **Números:** aumento de followers, post totales publicados, engagement, publicado alcanzado, total de clicks, total de visualizaciones en los videos, tiempo de visualización, porcentaje mes a mes de incremento o disminución de estas estadísticas.

Tras éstas cifras, las preguntas clave son:

- ¿Qué se debe hacer con los números adquiridos para la estrategia actual?
- ¿Qué revelan éstos datos con respecto a nuestra audiencia?
- ¿Qué cambios se realizaron en la forma de publicar para que hayan cambiado las estadísticas?
- ¿Qué época del año es la que se encuentra? Por ejemplo, época de invierno suele ser más lento.