

"Cómo las redes sociales y el blog pueden posicionar a mi empresa."



"Cómo Vender en Internet"

29 de Septiembre de 2009

www.LorenaAmarante.com

El Nuevo escenario

Consumidor

+ Experimentado
Comparte información
Busca experiencias

Hoy los usuarios producen
contenidos y consumen los
contenidos generados por otros
usuarios



El Nuevo Escenario

El Boca a Boca

El poder de la voz del consumidor nunca ha sido tan fuerte, esto impacta en el comportamiento del usuario consumidor y en la manera en la cual las empresas operan”

David Daniels, Research Director de Jupiter Research

WOM

Optimización para los Medios Sociales

SMO y Visibilidad

Consiste en un grupo de métodos para generar publicidad y conversaciones sobre una empresa o marca a través de los medios sociales, comunidades online y sitios comunitarios.

Estrategias efectivas

Buzz Marketing

Cómo generarlo y sostenerlo

- Iniciar conversaciones.
- Cultivar las recomendaciones.
- Establecer y promover una reputación (positiva).
- Influenciar las percepciones.
- Generar confianza a través de la transparencia y autenticidad.
- Promover el involucramiento (engagement)



Estrategias efectivas

En qué lugares?

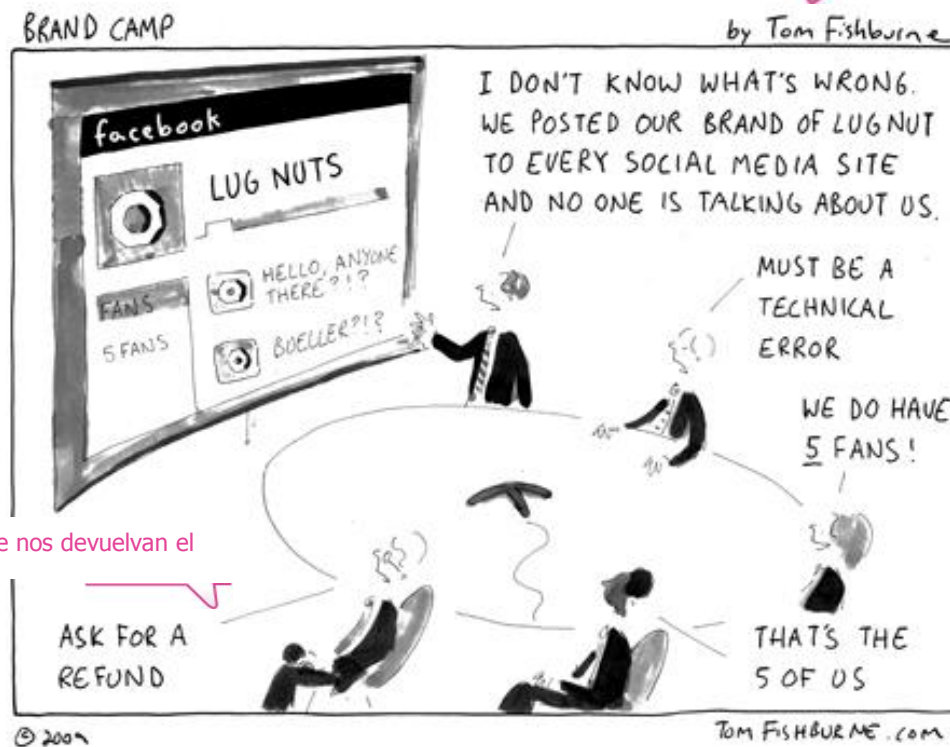
- Social Ads (Facebook)
- Fan pages
- Comunidad propia
- Participación en Medios Sociales
- Perfiles corporativos
- Blog Corporativo



Las marcas y los medios sociales

Mucho + que una Fan Page

No sé que está mal. Posteamos nuestra marca en cada medio social y nadie está hablando de nosotros!



Pide que nos devuelvan el dinero

Debe ser un error técnico

Tenemos 5 Fans!

Somos nosotros 5!



Las marcas y los medios sociales

Decálogo para Conversar

1. Estrategia, la visión y la ejecución
2. Flexibilidad e innovación
3. Pasión
4. Relaciones
5. Valor y Utilidad
6. Un Plus
7. Consistencia y Coherencia
8. Métricas
9. Conversar, dialogar
10. Nuestra reputación existe

Las marcas y los medios sociales

"Putting lipstick on a pig"

Aunque a la mona la vistan
De seda...MONA QUEDA



Las marcas y los medios sociales

“Aunque la mona se vista de seda”

...MONA QUEDA



Gestión la Reputación

Reputación Online

Escuchar, luego participar

“Share of Conversation”

Capacidad de reacción y respuesta

Temperatura de la Marca

Monitorear tendencias

Competencia

Detectar necesidades

Evitar conflictos

Acciones y Percepciones



Preguntas?

Muchas Gracias!

@LorenaEA

