

Redes Sociales en el mundo corporativo

Experiencias y aprendizajes

Los medios sociales

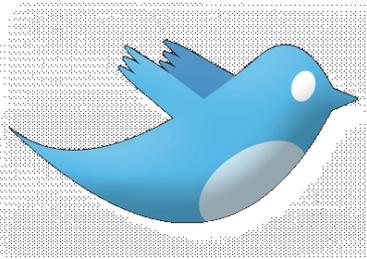
*son una forma efectiva de **conectarte** con la gente, **posicionar una marca**, **incrementar la visibilidad de un producto**, **estableciendo un diálogo** y **generando una gestión positiva de la reputación***





1.5 BILLONES DE PIEZAS
DE CONTENIDO EN FACEBOOK SON CREADOS
DIARIAMENTE

Fuente: Facebook



140 MILLONES DE TWEETS
SON CREADOS EN UN DÍA

Fuente: Twitter



60.000 NUEVAS PÁGINAS WEB
SON AÑADIDAS A LA WEB CADA DÍA

Fuente: Pingdom



1.6 MILLONES DE BLOG POSTS

SON ESCRITOS DIARIAMENTE (APROX.)

Existen 150 millones de blogs en la web

Fuente: Tecnorati

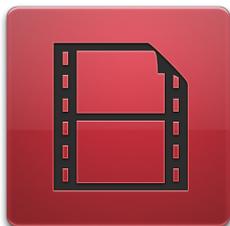


5 MILLONES DE IMÁGENES

SON AÑADIDAS DIARIAMENTE EN FLICKR

60 FOTOS POR SEGUNDO

Fuente: Pingdom



2 MILLONES DE VIDEOS

SON CARGADOS EN YOUTUBE DIARIAMENTE

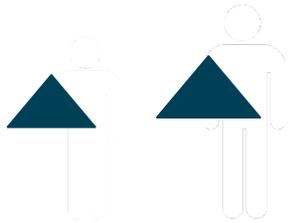
EL TIEMPO DE DURACIÓN APROXIMADO ES DE 3 MIN

Fuente: Tecnorati



Fuente: Microsoft Advertising

Redes Sociales en Latinoamérica



La audiencia de **Redes Sociales** en América Latina aumentó 16%, mientras que el tiempo total consumido aumentó 88%

Fuente: comScore,

- De los 10 principales mercados de **Facebook**, 5 se encuentran en América Latina
- **Facebook** lideró fuertemente el mercado de redes sociales en América Latina alcanzando más de **91 millones de visitantes**



Fuente: comScore,



Por su parte, **Twitter** se ubicó en el cuarto lugar del ranking con **24,3 millones de visitas**

Fuente: comScore,

Penetración de las Redes Sociales en Latinoamérica

Ranking de páginas más visitadas por país



1º RD, Ecuador

2º Panamá, Colombia, Venezuela, México



3º Todos los países

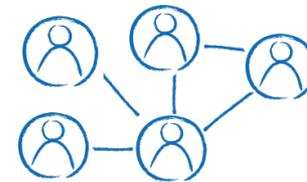


4º Panamá, Venezuela

Entre 6º y 9º RD, Ecuador Colombia, México



La región con **mayor crecimiento** en usuarios de internet.



Más tiempo en RRSS que el europeo o el estadounidense.

Fuentes: Alexa, eMarketer

Redes Sociales y la Comunicación con Millenials



Nacimiento: 1980 a 1992

Digitales

Multipantallas y Muldispositivos

AppAdictos

Sociales

Críticos y exigentes

Exigen personalización y nuevos valores

Facebook e Instagram son las redes sociales más usadas por Millenials

En estudios en USA 57% de los Millenials utiliza instragram y facebook diariamente

Redes Sociales y la Comunicación con Millenials

Cómo comunicarse con Millenials

- **Generación ambiciosa:** debemos compartir contenido inteligente, que apunte a las metas ambiciosas de la generación Millennial
- **Contenido lúdico:** honestos, mensajes auténticos y con un toque divertido
- **Contenido flexible:** Millenials oscilan su atención entre sus dispositivos electrónicos 27 veces por hora, por ello es necesario crear contenido que sea capaz de atraer su atención



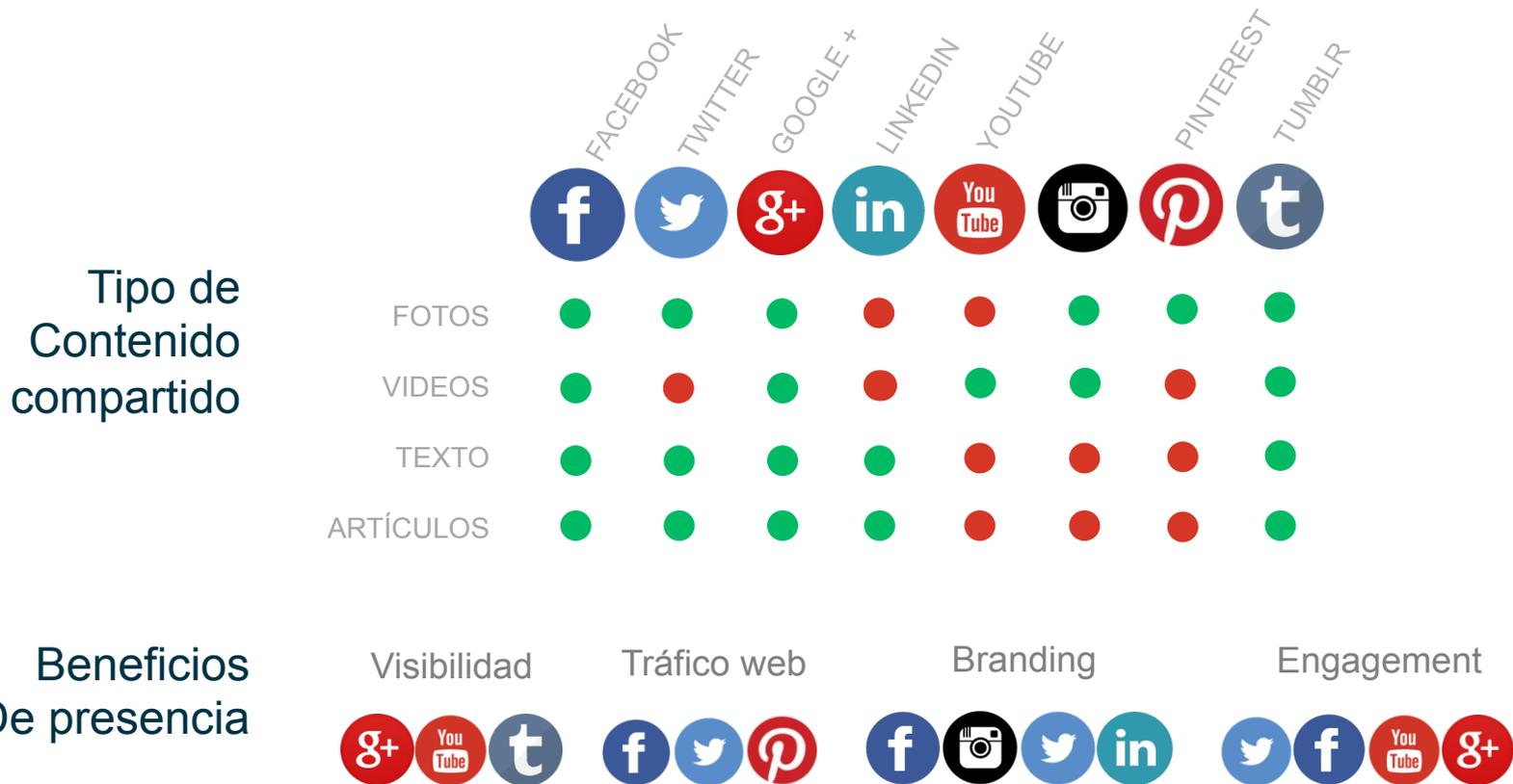
Redes Sociales y la Comunicación con Millenials

Cómo comunicarse con Millenials

- **Ofrecerles oportunidades para relacionarse con la marca:** están acostumbrado a hacerlo en las redes sociales, están dispuestos a compartir sus opiniones, hay que hacer preguntas y darle espacios para compartir sus experiencias
- **Responden a mensajes y productos alineados:** buscan contenidos humanos
- Demuéstrale a tu audiencias que estas **escuchando**



Las redes sociales más relevantes para empresas y marcas

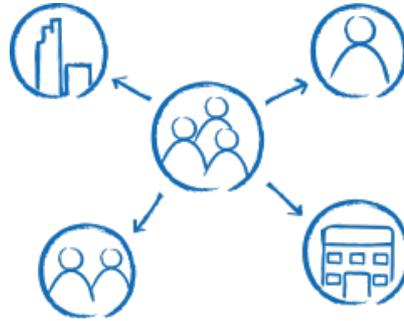


No estar presentes ya no es una opción
 La conversación ocurrirá participemos o no

Por qué estar presentes? - Ahí está nuestra audiencia



50% de los usuarios de RRSS percibe la página de Facebook como **más útil que la página web** de la marca/empresa



46% utiliza las RRSS para ayudarse a tomar **decisiones de compra.**



33% de los jóvenes son **más propensos a comprar** de una compañía si tiene página en Facebook.

En el mundo de la tecnología y la telecomunicaciones es aun más importante la presencia en las redes sociales de cara a nuestros cliente

Por qué estar presentes? El Impacto

- Incrementa el **tráfico** del sitio
- Construye **confianza y lealtad**: percepción de cercanía y facilidad de contactar.
- Contribuye al **reconocimiento** de la marca: **personalidad** de tu marca y darle a tu empresa una **voz humana**
- Promueve **Contenidos**: Forma efectiva de atraer nuevos clientes y **posicionarte como experto**.
- Mejora el **posicionamiento** en los buscadores
- Genera **oportunidades** de relacionamiento

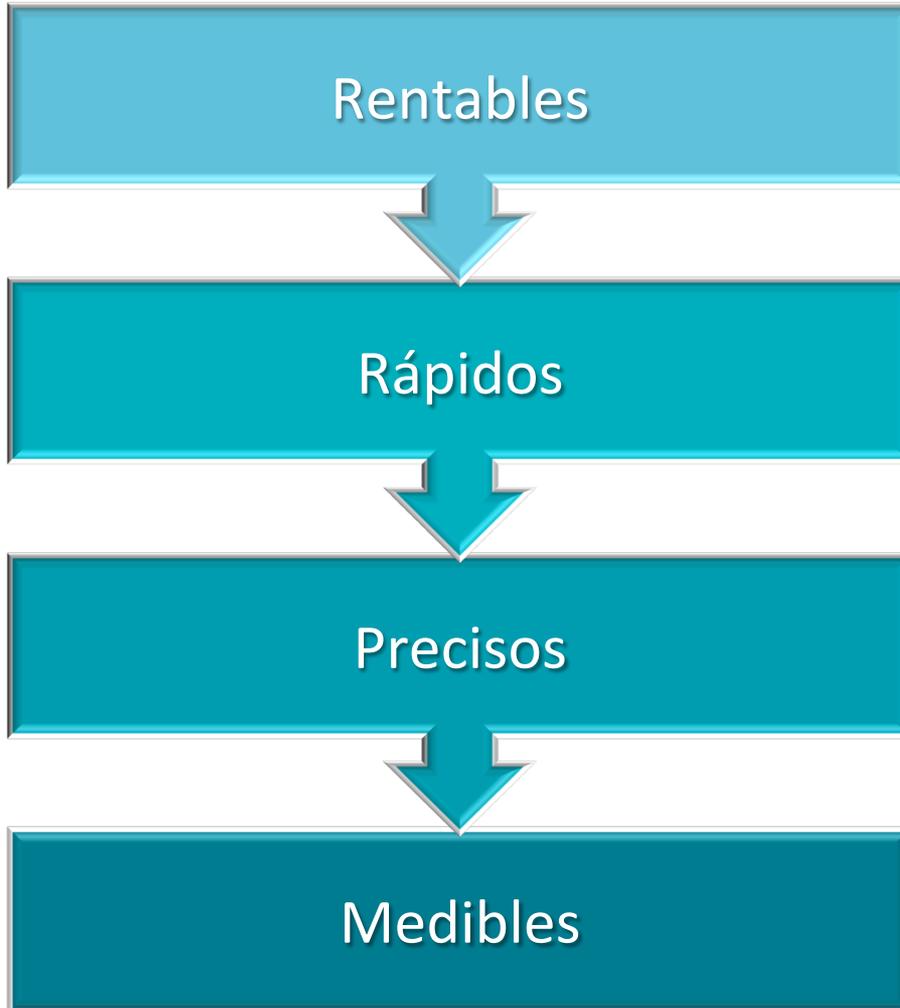


Por qué estar presentes? El Impacto

- Aumenta las **ventas** en línea
- Mejora las **comunicaciones internas**
- **Reposiciona** a las marcas y productos
- Manejo de la Imagen: Posibilidad de **transformar sentimientos negativos** hacia la marca en positivos de forma pública
- Atención al cliente: Espacio de comunicación en tiempo real, influencia en **decisiones de compra**

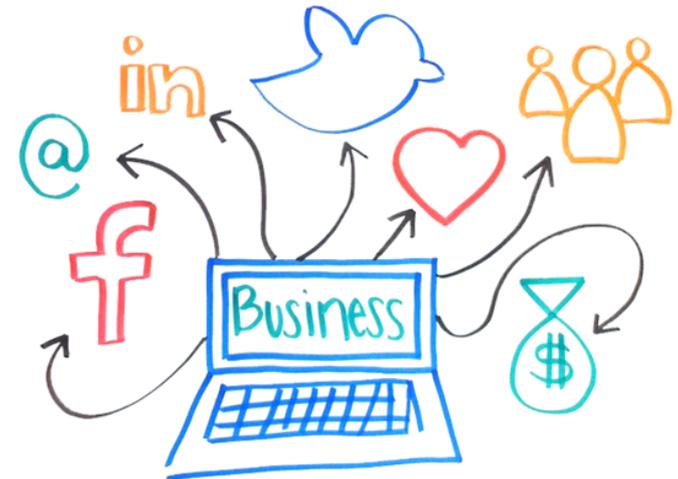


Por qué estar presentes? Utilidad



Algunas formas de presentes

- Empleando el **marketing digital**
- Compartiendo **promociones** de concursos online
- A través de un **fan page de Facebook**
- Creando un **canal oficial en You Tube** y estableciendo sus políticas de uso
- Por medio de un **blog corporativo**
- Utilizando **cuentas corporativas de Twitter** para: marcas paraguas, marcas de producto, promociones, CEO de compañías





Inversión y **flexibilidad** de procesos y políticas - Evolución permanente

Definición estrategia para garantizar **alineación** entre posicionamiento en medios tradicionales y las redes sociales

Definición de **proceso y políticas** para su manejo, especialmente si es con un community manager - agilidad e inmediatez

Nuestra audiencia Interna - Redes Sociales Corporativas

Redes Sociales con manejo exclusivo dentro de la organización, aumentarán la comunicación interna de las empresas, haciéndola más bidireccional, menos jerarquizada.

Todo pueden aportar ideas así como conocer las de otros.



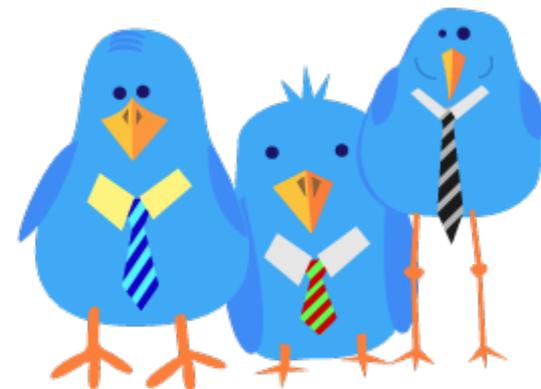
Caso @Presid_Movistar - Telefónica Venezuela

El 27 de septiembre de 2010, Juan Abellán, Presidente de Telefónica Venezuela lanzó el perfil @Presid_Movistar en Twitter con la intención de:

“Conocer más de cerca las inquietudes y consultas de mis clientes, entender más sus necesidades y ver cómo podemos brindarles un mejor servicio cada día”.

Primer presidente de una empresa de telecomunicaciones en el país, que incorporó a su agenda de trabajo el hecho de **mantener contacto directo con sus clientes vía Twitter**, sin la intervención de un tercero.

Tono muy personal, que reflejaba al ser humano que la administraba



Cuenta que más esfuerzo ha realizado desde su creación **por conversar con el cliente**

De las 5 cuentas de Movistar, @Presid_Movistar era la que contaba con mayor número de seguidores, algo más de **200 mil “followers”**.

Lideró todos los rankings que componen su índice Engage de **conexión** con los seguidores:

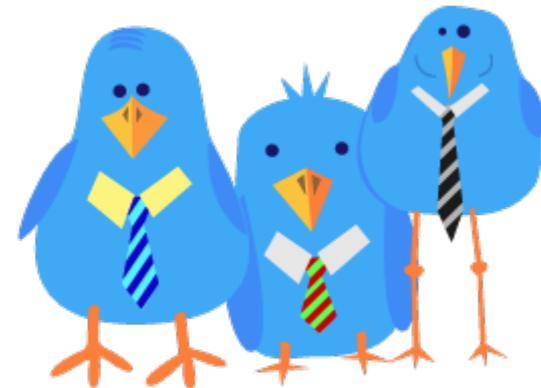
85% Influye

79,4%, Conversa

100% Se vincula

100% Escucha

88,23% total de
conexión con los
usuarios de sus
servicios



Focos de sus Tweets:

25% - respuestas a consultas realizadas por los usuarios sobre asuntos de atención

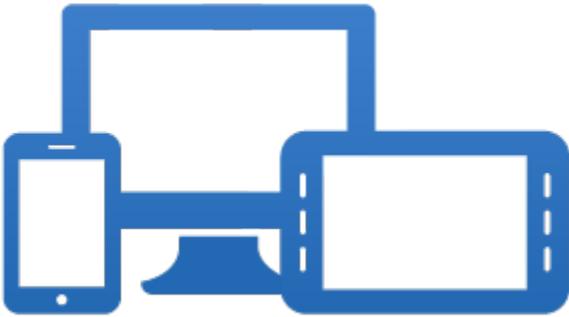
9,82% Tecnología: lanzamientos, datos curiosos, tips y nuevas plataformas

8,09% Las dinámicas y retos dirigidos a sus seguidores

Los periodistas que seguían la cuenta muchas veces utilizaron Twitter para dirigirse directamente al principal vocero de Telefónica en Venezuela



Para atender el tráfico derivado de esta innovadora aproximación fue necesario implementar varias acciones de soporte:



- Fortalecimiento de los canales de atención al cliente
- Creación de la Defensoría del Cliente
- Creación de cuentas de correo electrónico para atender requerimientos
- Se creó equipo de apoyo para manejo de cuentas corporativas @MovistarVE, @RedesMovistar y @AyudaMovistar
- Comunicación de lanzamientos e información corporativas a través de red de @Presid_Movistar
- Creación de Comité de Redes Sociales.

