



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



IN8EC

TALLER REDES SOCIALES: VENTAS VS COMUNICACIÓN


Proyecta
CONSULTORÍA INNOVACIÓN

Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco del programa Interreg V-A España-Portugal 2014-2020 (POCTEP).

competitividad
empresarial

ice



**Junta de
Castilla y León**



JORGE GÓMEZ VILLANUEVA

jgomez@proyectaconsutoria.es

647 042 289

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Master en Marketing Digital - ESIC

Master en Big Data y Analítica Avanzada – ESIC

Master en Comunicación Política – Universidad Barcelona

Cárnicas Zaratán, SIMECAL, Isla Solar, Ibecon, Nous Live ...

Scout, deportista, piloto de drones, montañista, buceador...

VAMOS A PRESENTARNOS

- Nombre
- Empresa a la que perteneces
- A qué se dedica la empresa
- Puesto o Rol dentro de la empresa
- Motivación o que te quieres llevar de este curso
- Si tiene Redes Sociales tu empresa



Interreg
 España - Portugal
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

INBEC
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

PLAZAS LIMITADAS
PLAZO DE INSCRIPCIÓN:
5 DE JULIO DE 2022

Digitalización en el ámbito de la bioeconomía y economía circular

INBEC FOMENTA LA CREACIÓN DE NUEVAS INDUSTRIAS Y ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y LA DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS, BASADAS EN LA TRANSFORMACIÓN DE RECURSOS BIOLÓGICOS Y EN EL DESARROLLO DE NUEVOS BIOPRODUCTOS Y SERVICIOS.

OBJETO DE LA CONVOCATORIA
 ACOMPAÑAMIENTO PARA EL IMPULSO DE SOLUCIONES DIGITALIZADORAS E INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍAS EN PYMES Y AUTÓNOMOS



Colaboración:
Proyecta innovacion@proyectaconsultoria.es

Este proyecto está financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el marco del programa Interreg V-A España-Portugal 2014- 2020 (POCTEP)

1 Diagnósticos tecnológicos individuales
2 Planes de implementación de soluciones digitales
3 Asesoramiento personalizado
4 Seguimiento en la implementación digital
5 Oportunidad de asistencia a más de 20 talleres

INBEC Fomenta la creación de nuevas industrias y actividades económicas y la diversificación de actividades productivas basadas en la transformación de recursos biológicos y en el desarrollo de nuevos bioproductos y servicios.

- 1 – Diagnósticos tecnológicos individuales
- 2 – Planes de implantación de soluciones digitales
- 3 – Asesoramiento personalizado
- 4 – Seguimiento en la implementación digital
- 5 – Oportunidad de asistencia a más de 20 talleres

innovacion@proyectaconsultoria.es

ESTRUCTURA DEL TALLER

- BLOQUE MÁS ESTRATÉGICO
- BLOQUE REDES SOCIALES A NIVEL ORGANICO
- BLOQUE REDES SOCIALES VERSIÓN ADS
- BLOQUE DE HERRAMIENTAS DEL MERCADO

**¿QUIENES TIENEN REDES SOCIALES
EN SU EMPRESA O NEGOCIO?**

¿QUIENES TIENEN REDES SOCIALES A
NIVEL PARTICULAR?

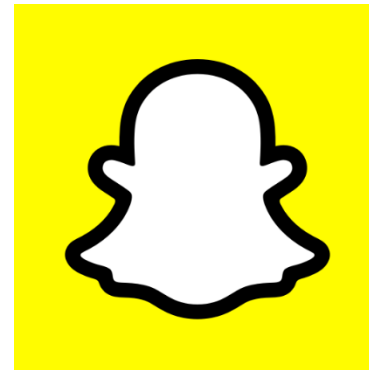
¿QUIENES HAN REALIZADO
CAMPAÑAS EN SOCIAL ADS?

¿QUIENES SIENTEN QUE HAN
TIRADO EL DINERO EN LAS REDES
SOCIALES?

¿OBJETIVO PRINCIPAL DE UNA EMPRESA?

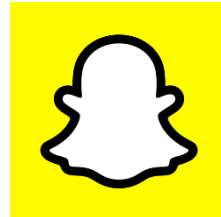
**VENDER
OBTENER BENEFICIO
GENERAR RIQUEZA**

LAS REDES SOCIALES DEBEN AYUDARNOS A VENDER

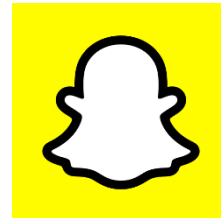


**¿PODEMOS USAR CUALQUIER RED
SOCIAL PARA GENERAR VALOR EN
MI EMPRESA?**

EJEMPLO 1: - Zapatería de Barrio



EJEMPLO 2: - Fabrica de Merceladas

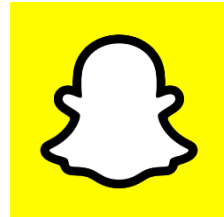


EJEMPLO 3:

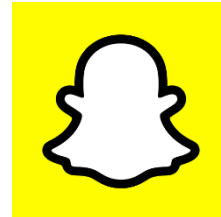
- Empresa que vende tractores



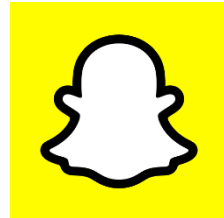
TIDAL



EJEMPLO 4: - Ayuntamiento de Cigales



EJEMPLO 5: - Cristiano Ronaldo



¿A que me ayudan las redes sociales?

3 CAMINOS PRINCIPALES

¿A que me ayudan las redes sociales?

3 CAMINOS PRINCIPALES

Herramientas de ventas

Herramienta de cualificación de clientes

Herramienta para generar valor

NUUESTRO PÚBLICO OBJETIVO

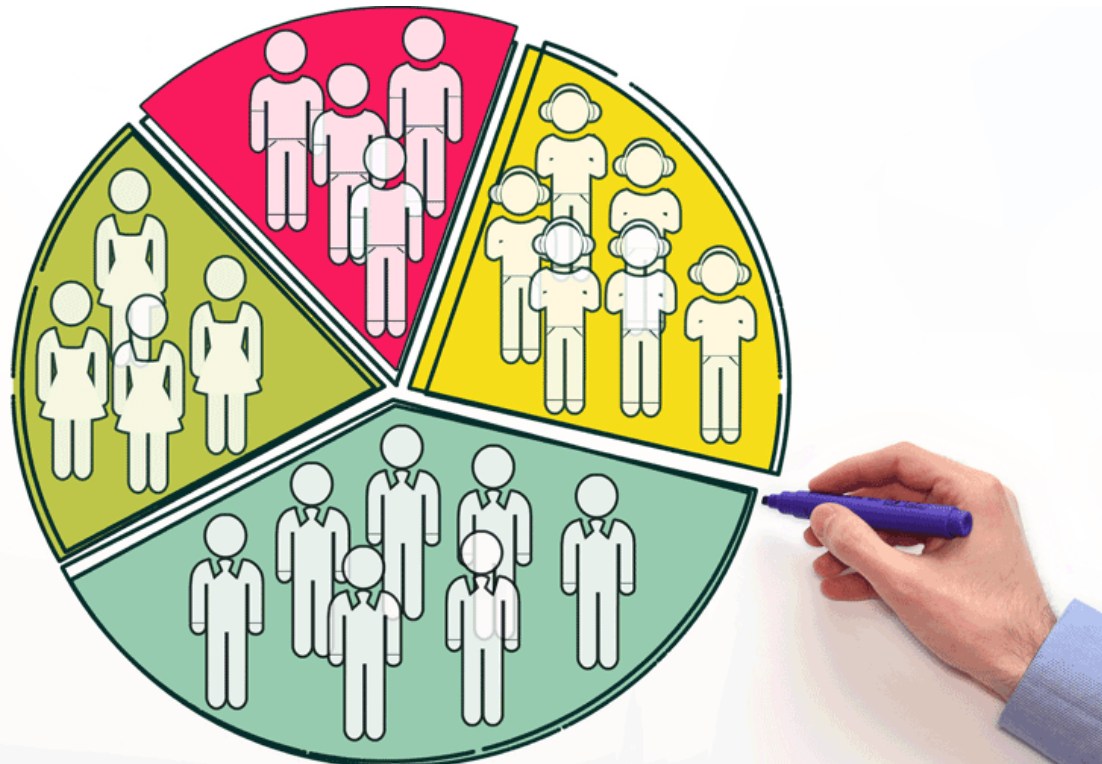
Dejar de disparar moscas a cañonazos

NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO

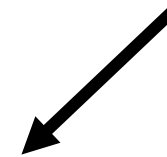


SEGMENTACIÓN

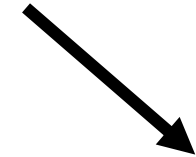
NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO



SEGMENTACIÓN

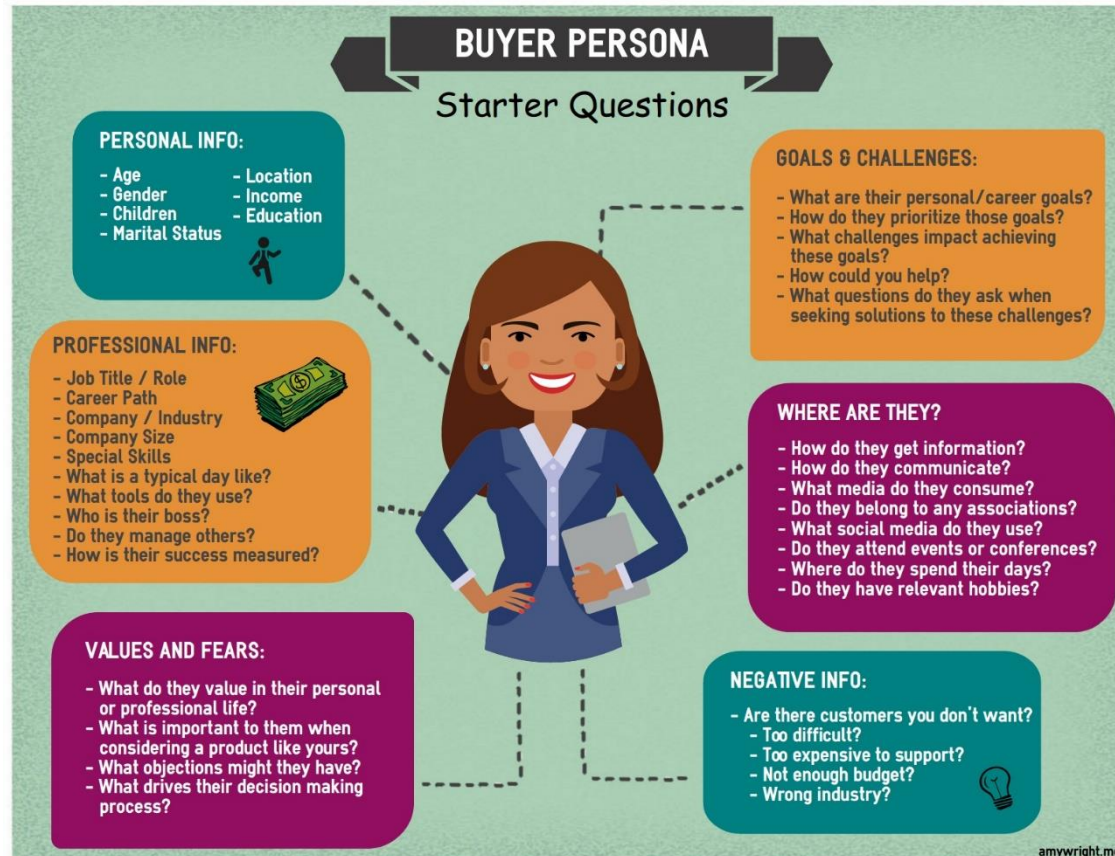


SUBJETIVA



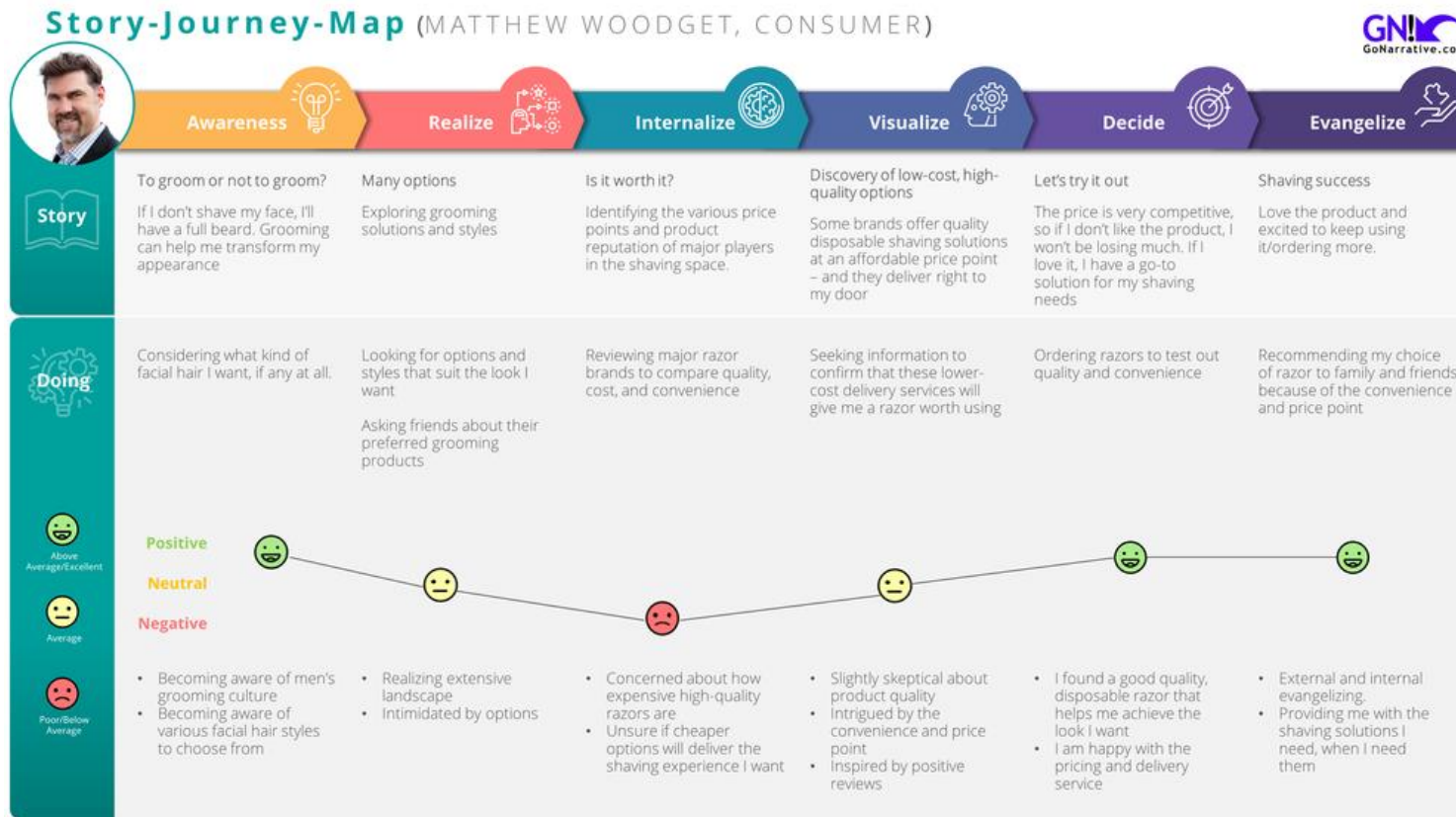
OBJETIVA

NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO



<p>Nombre Jefe de compras</p>	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Correo electrónico • En persona 	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Software de CRM • Software de facturación
<p>Edad Entre 35 y 44 años</p> <p>Nivel de educación más alto Licenciatura</p>	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Conservar el producto. Optimizar el precio de compra. Reducir el producto tirado.</p>	<p>Su trabajo se mide en función de</p> <p>Optimización de compras</p>
<p>Redes sociales</p>	<p>Su superior es</p> <p>Director de compras nacional</p>	<p>Metas u objetivos</p> <p>Mejorar las compras en mostrador. Reducir el producto tirado.</p>
<p>Industria Ventas</p> <p>Tamaño de la organización Entre 5.001 y 10.000 emplea</p>	<p>Obtiene información a través de</p> <p>Formaciones. Ferias gastronómicas. LinkedIn. Blogs.</p>	<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas y toma de decisiones • Moral del empleado

NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO



Customer journey todas las fases por las que pasa una persona desde que identifica que tiene una necesidad hasta que adquiere un producto o servicio para solucionarla

¿A que me ayudan las redes sociales?

3 CAMINOS PRINCIPALES

Herramientas de ventas

Herramienta de cualificación de clientes

Herramienta para generar valor

¿A que me ayudan las redes sociales?

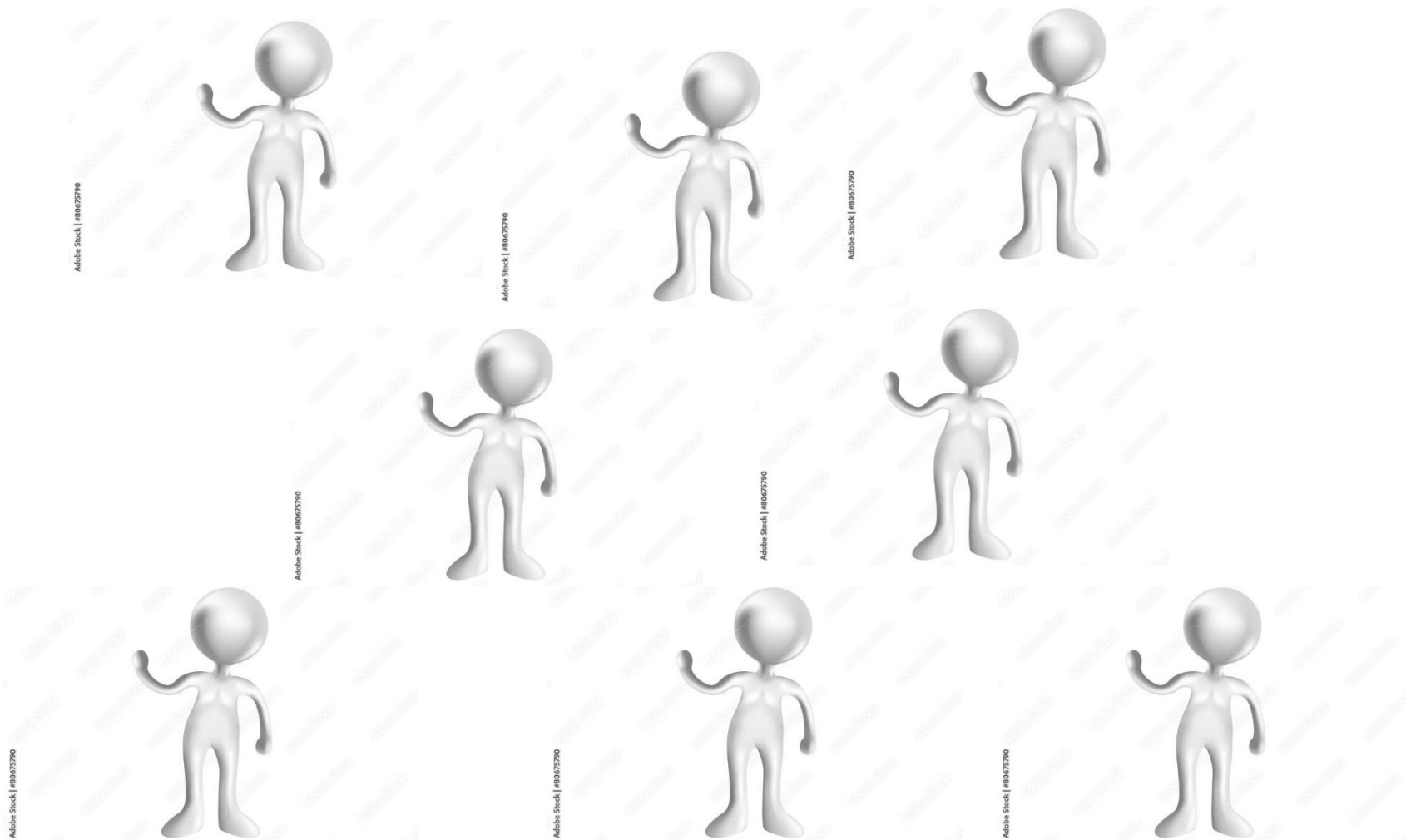
3 CAMINOS PRINCIPALES

Herramienta de cualificación de clientes

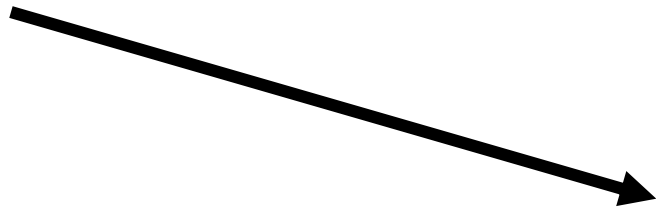
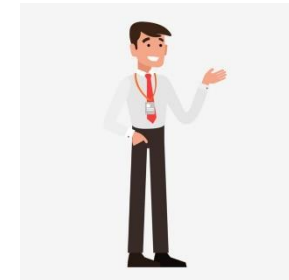
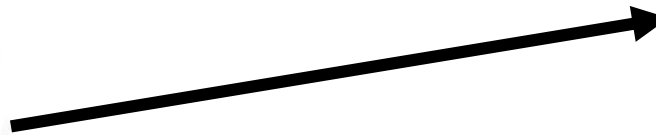
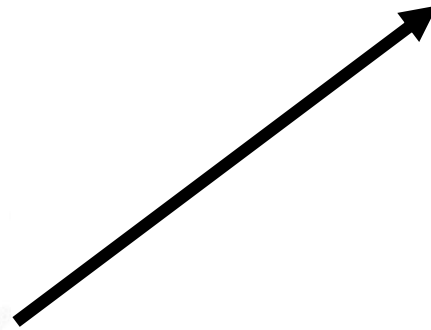
Herramienta de cualificación de clientes



Herramienta de cualificación de clientes



Herramienta de cualificación de clientes



¿A que me ayudan las redes sociales?

3 CAMINOS PRINCIPALES

Herramientas de ventas

Herramienta de cualificación de clientes

Herramienta para generar valor

¿A que me ayudan las redes sociales?

3 CAMINOS PRINCIPALES

Herramienta para generar valor

INBOUND MARKETING

<https://youtu.be/BxaogyUA0xw>

FORMAS DE CREAR VALOR

EJEMPLO 1:

- Zapatería de Barrio

Stories → limpiar calzado

FORMAS DE CREAR VALOR

EJEMPLO 1:

- Zapatería de Barrio

Stories → limpiar calzado

EJEMPLO 2:

- Fabrica de mermeladas

Recetas

FORMAS DE CREAR VALOR

EJEMPLO 1:

- Zapatería de Barrio

Stories → limpiar calzado

EJEMPLO 2:

- Fabrica de mermeladas

Recetas

EJEMPLO 3:

- Empresa Tractores

Videos de como funciona su tractor / utilidades

FORMAS DE CREAR VALOR

EJEMPLO 1:

- Zapatería de Barrio

Stories → limpiar calzado

EJEMPLO 2:

- Fabrica de mermeladas

Recetas

EJEMPLO 3:

- Empresa Tractores

Videos de como funciona su tractor / utilidades

EJEMPLO 4:

- Ayuntamiento Cigales

Información de Subvenciones

FORMAS DE CREAR VALOR

EJEMPLO 1:

- Zapatería de Barrio

Stories → limpiar calzado

EJEMPLO 2:

- Fabrica de mermeladas

Recetas

EJEMPLO 3:

- Empresa Tractores

Videos de como funciona su tractor / utilidades

EJEMPLO 4:

- Ayuntamiento Cigales

Información de Subvenciones

EJEMPLO 5:

- Cristiano Ronaldo

Videos experienciales

¿A que me ayudan las redes sociales?

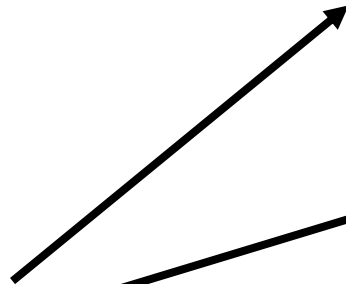
3 CAMINOS PRINCIPALES

Herramientas de ventas

Herramientas de ventas



ANUNCIO



VENTA EN LA PROPIA
RED SOCIAL



VENTA EN UNA WEB / ECOMMERCE



FORMULARIO



CALL CENTER



VENTA OTRA RED SOCIAL



VENTA EN AMAZON...

ESTRATEGIA DE CONTENIDOS - PLANIFICACIÓN

PASO 1 - ¿Qué queremos comunicar? → ejes de contenido

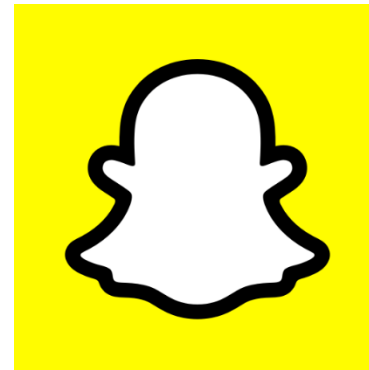
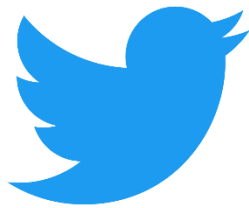
PASO 2 – Reparto del 100% del peso de comunicación a los ejes de contenido

PASO 3 – Definición del público objetivo

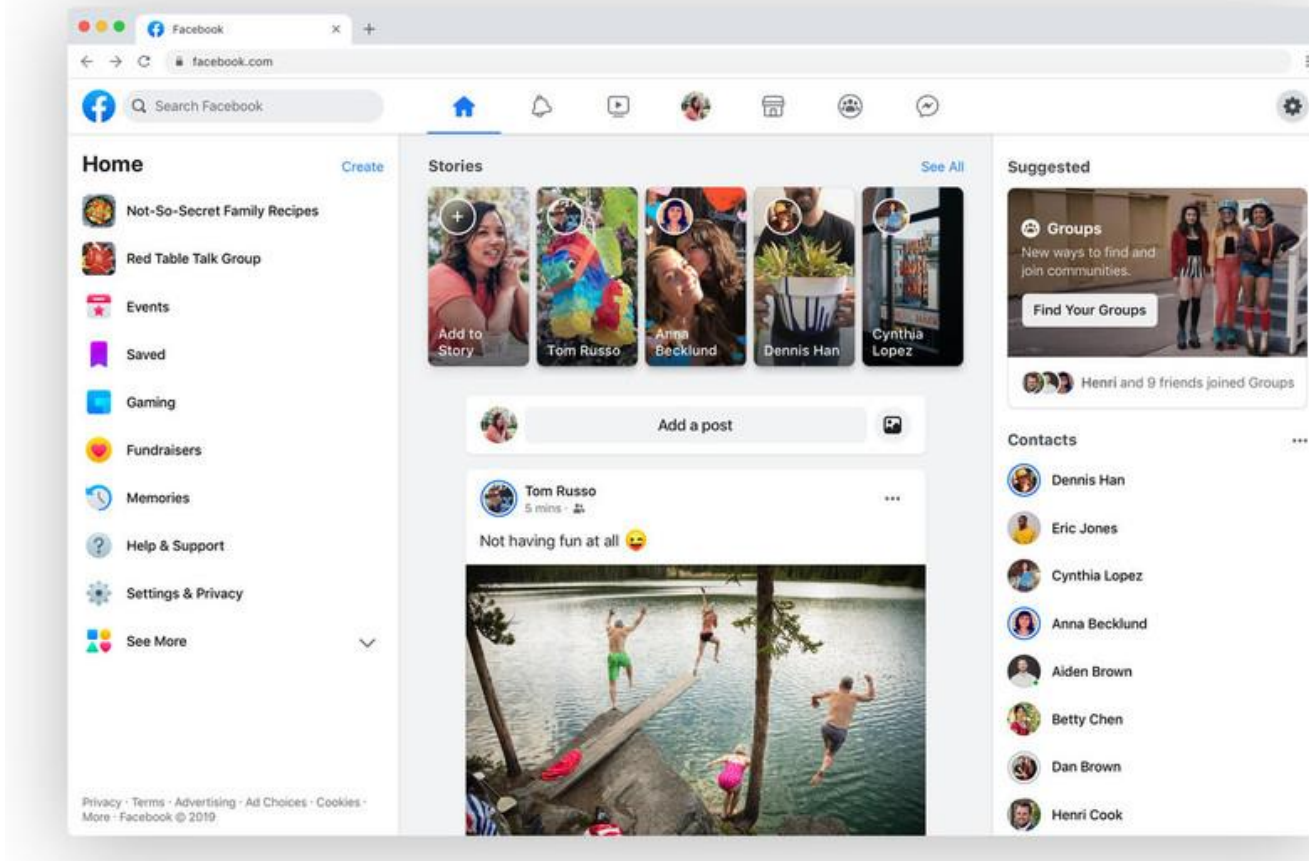
PASO 4 – Definición de las Redes sociales a utilizar

PASO 5 – Recursos de los que dispongo

PASO 6 – Planificación



1. FACEBOOK



ORIENTADO A B2C

PÚBLICO MÁS MADURO

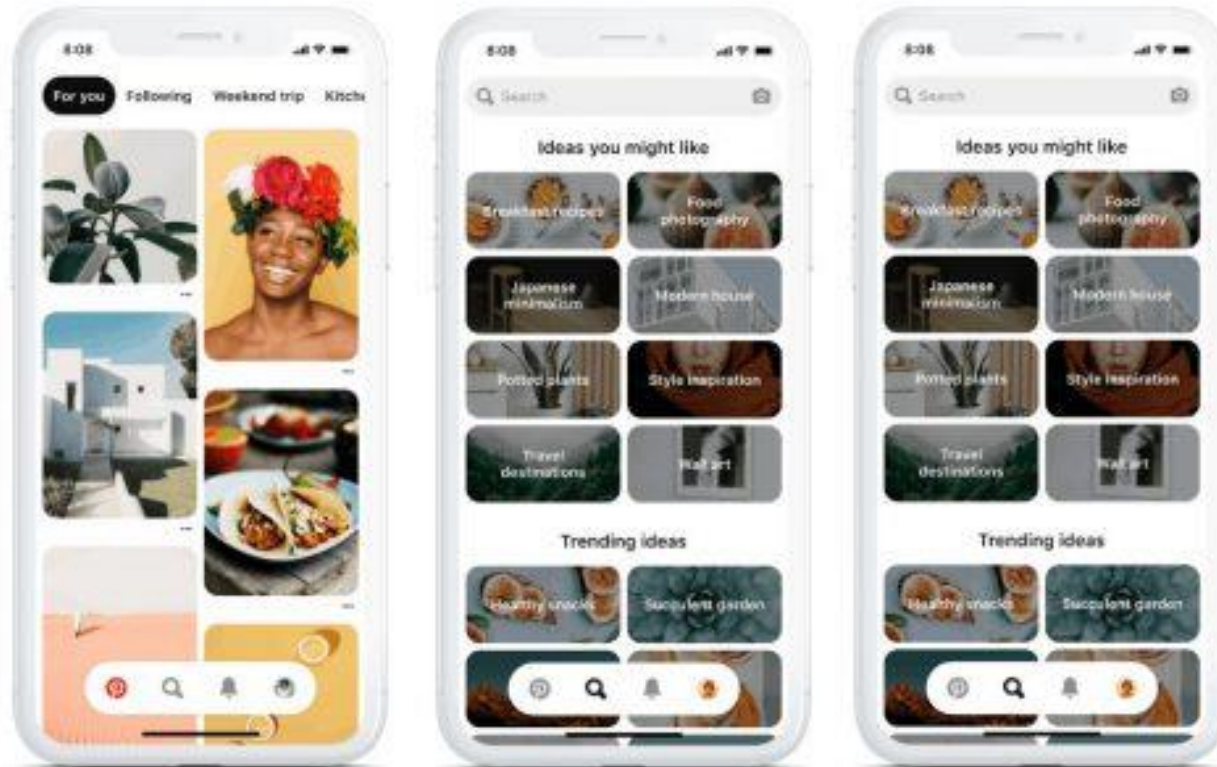
2. TUMBLR



ORIENTADO A B2C / B2B

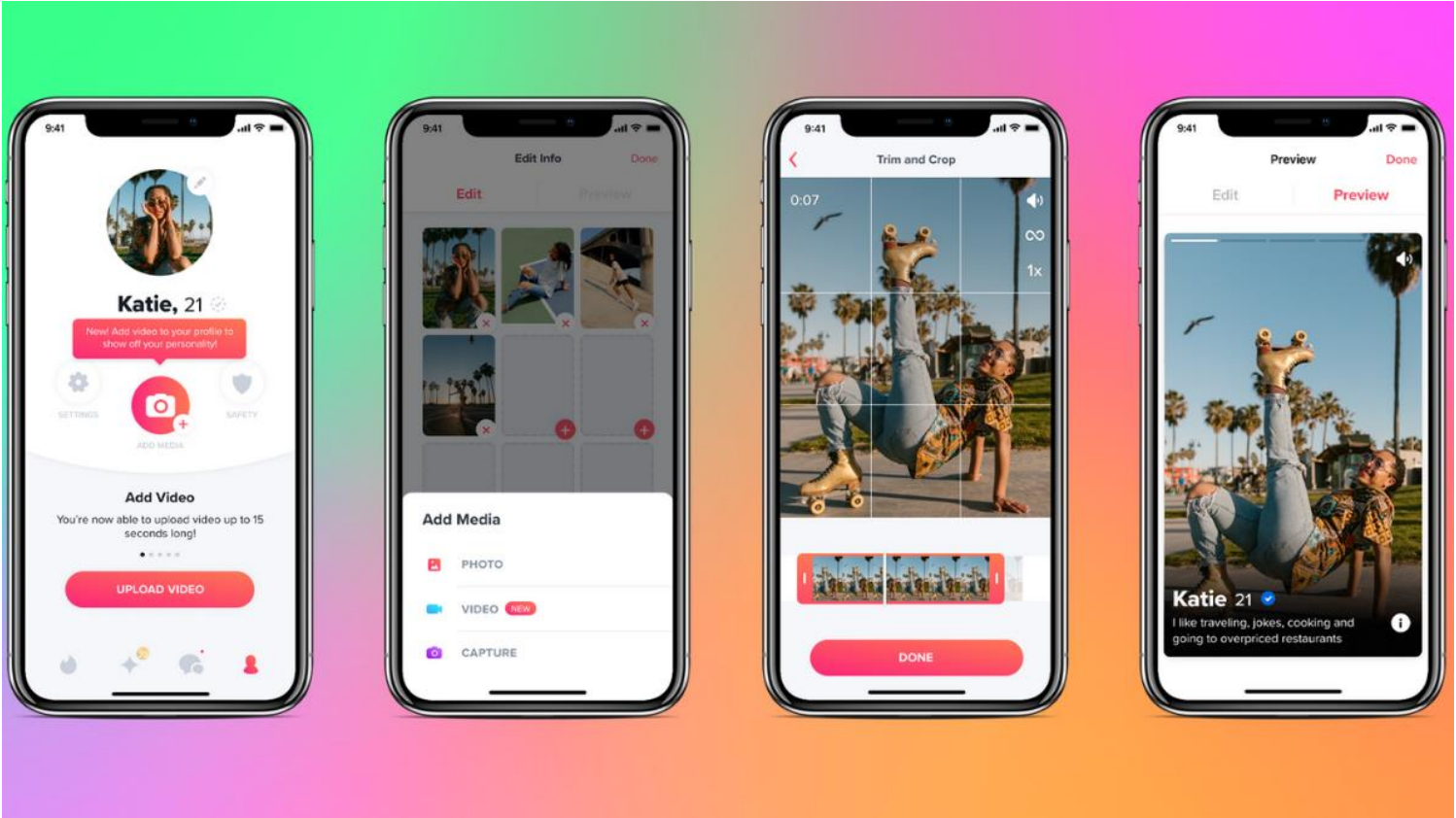
POCO TRAFICO, POCOS
USUARIOS

3. PINTEREST

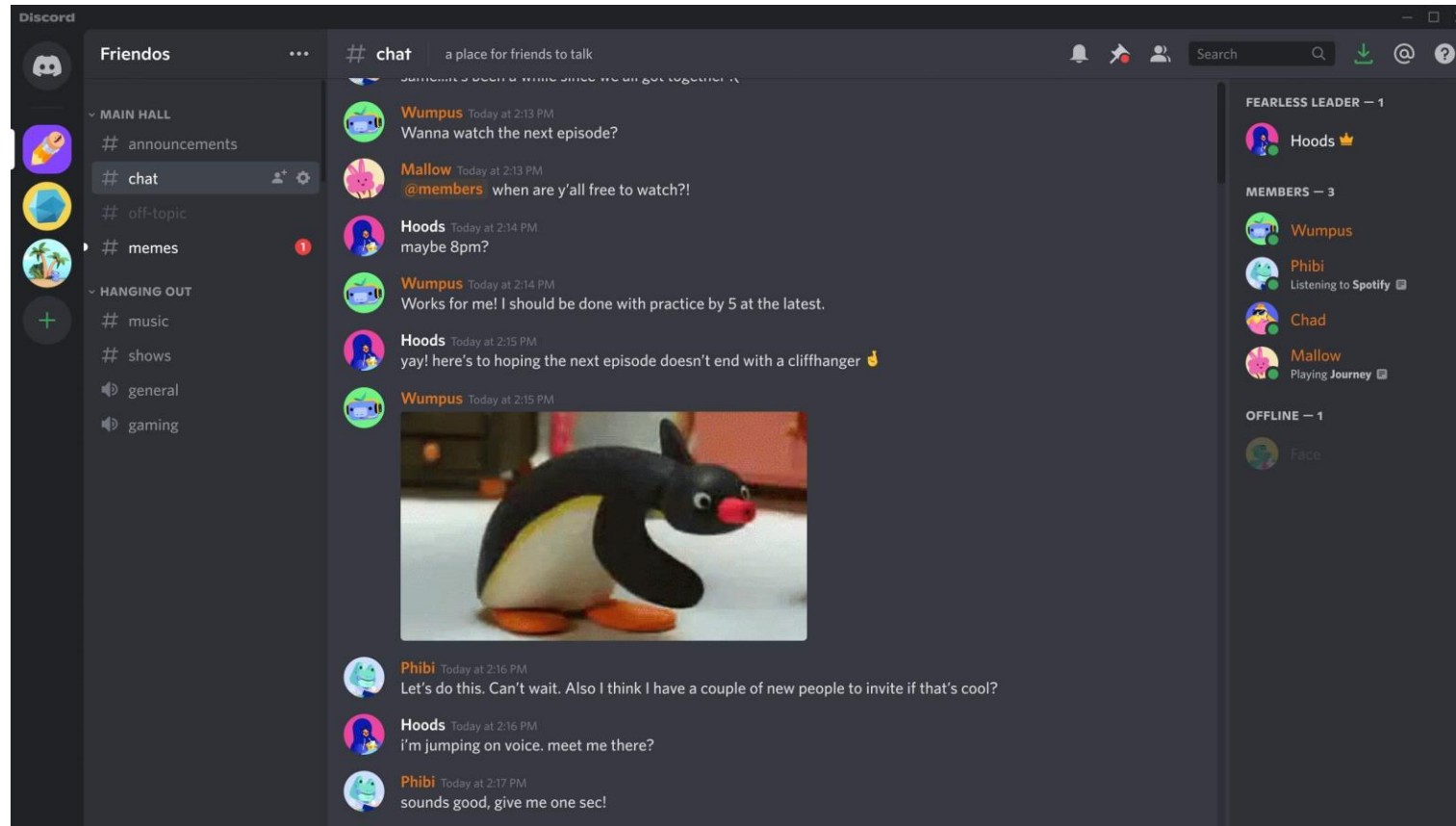


ORIENTADO A B2C / B2B

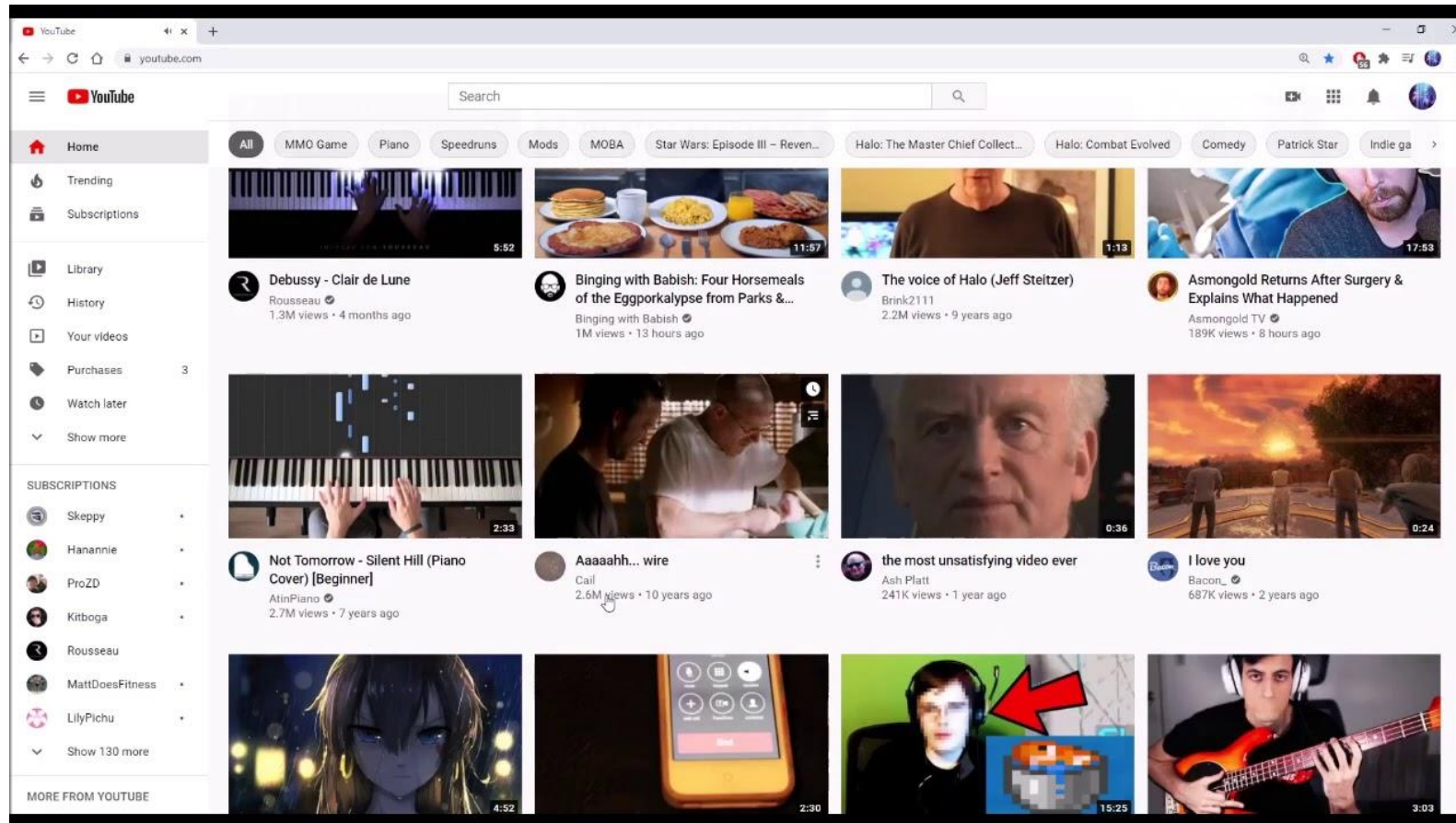
4. TINDER / GRINDER



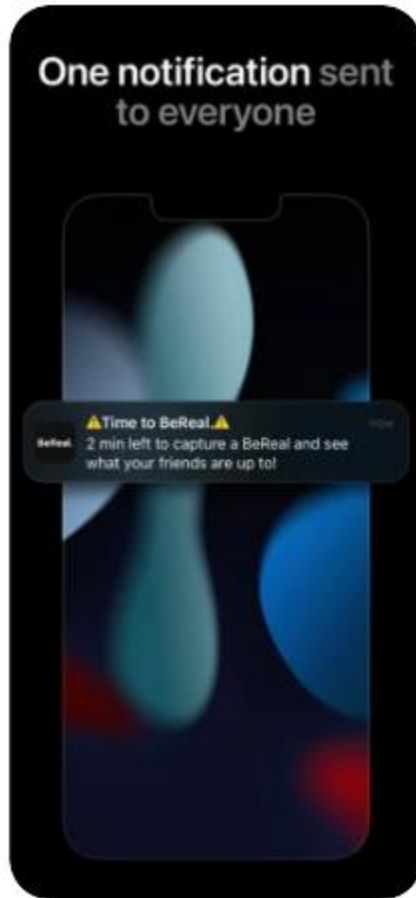
5. DISCORD



6. YOUTUBE / VIMEO / TWITCH



7. BE REAL



8. SNAPCHAT



9. LINKEDIN

LinkedIn interface showing a profile for Lucía Berlanga García. The page includes a navigation bar with icons for Inicio, Mi red, Empleos, Mensajes, Notificaciones (6), Yo, and Productos. Below the navigation bar is a search bar and a banner for Keyword Hero. The profile header includes the name 'Lucía Berlanga García' and a 'Crear publicación' button with options for Foto, Video, Empleo, and Escribir artículo. The main content area features a post by Alfonso D Blazquez about machine learning, with a SHAP plot showing feature importance. The right sidebar contains 'LinkedIn Noticias' with several news items and 'Los cursos más vistos hoy' with a list of courses.

LinkedIn Noticias

- Coronavirus: toda la información actuali...
hace 4 horas
- Opositores en pandemia: una alternativ...
hace 3 días • 627 lectores
- La carrera por desbancar a Netflix
hace 4 días • 464 lectores
- Elecciones en EEUU: últimas noticias
hace 21 horas • 232 lectores
- El estreno de Ikea en el mercado de seg...
hace 4 horas • 128 lectores

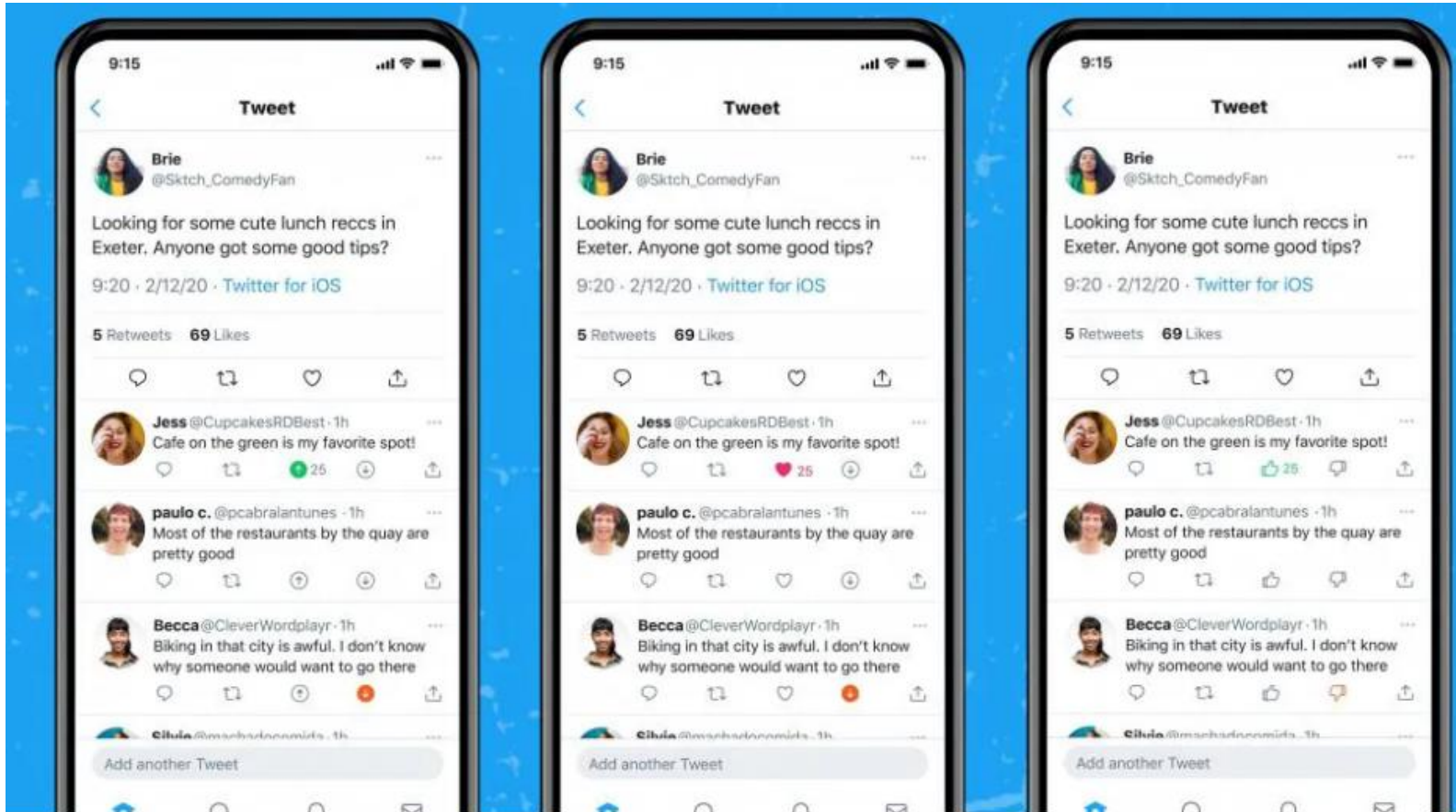
Mostrar más

Los cursos más vistos hoy

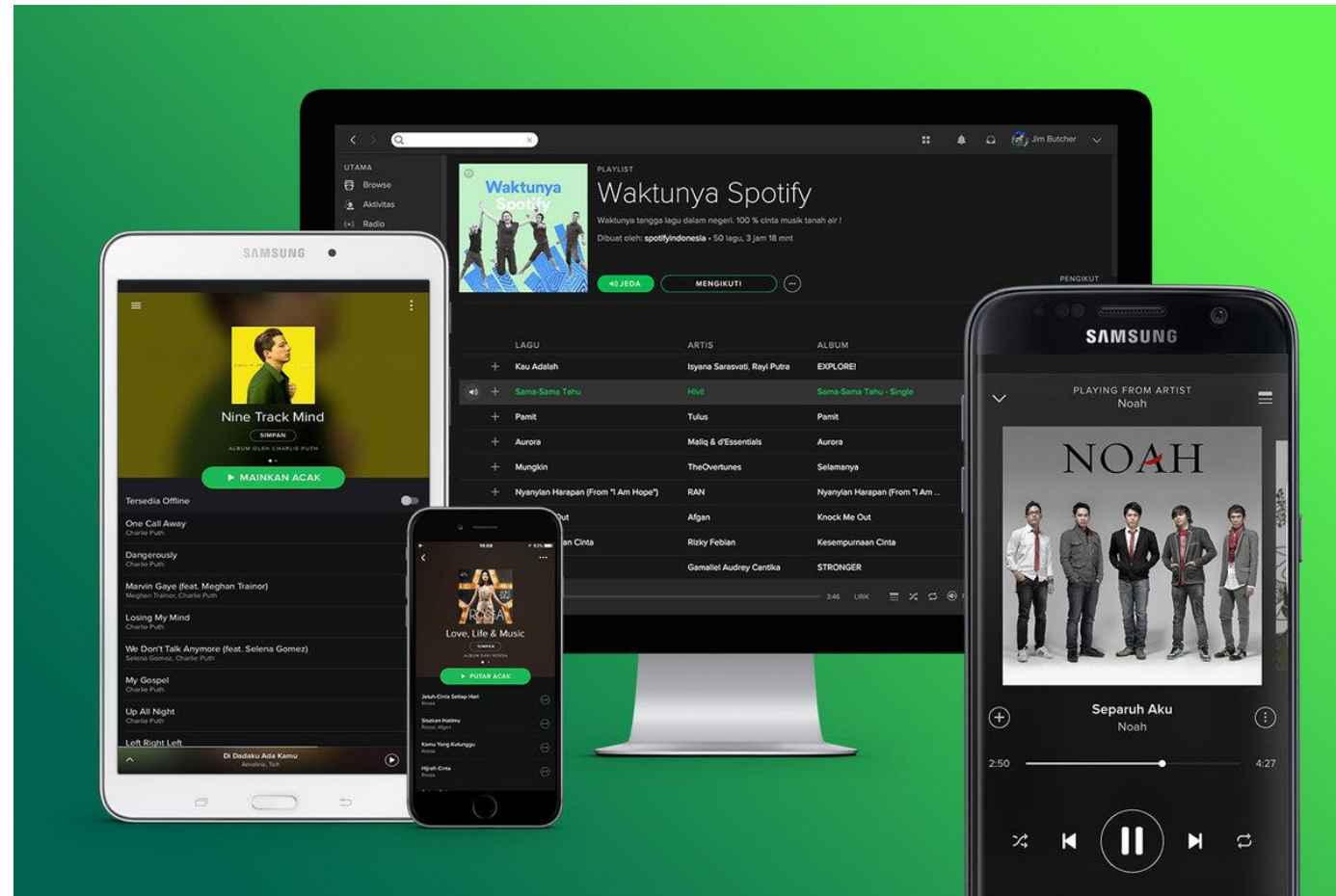
- Persuadir a los demás
Romina Daghighi
- Cómo aumentar la resiliencia
Tatiana Kolovou
- La escucha activa
Brenda Bailey-Hughes y Tatiana Kolovou

Ver más en LinkedIn Learning

10. TWITTER



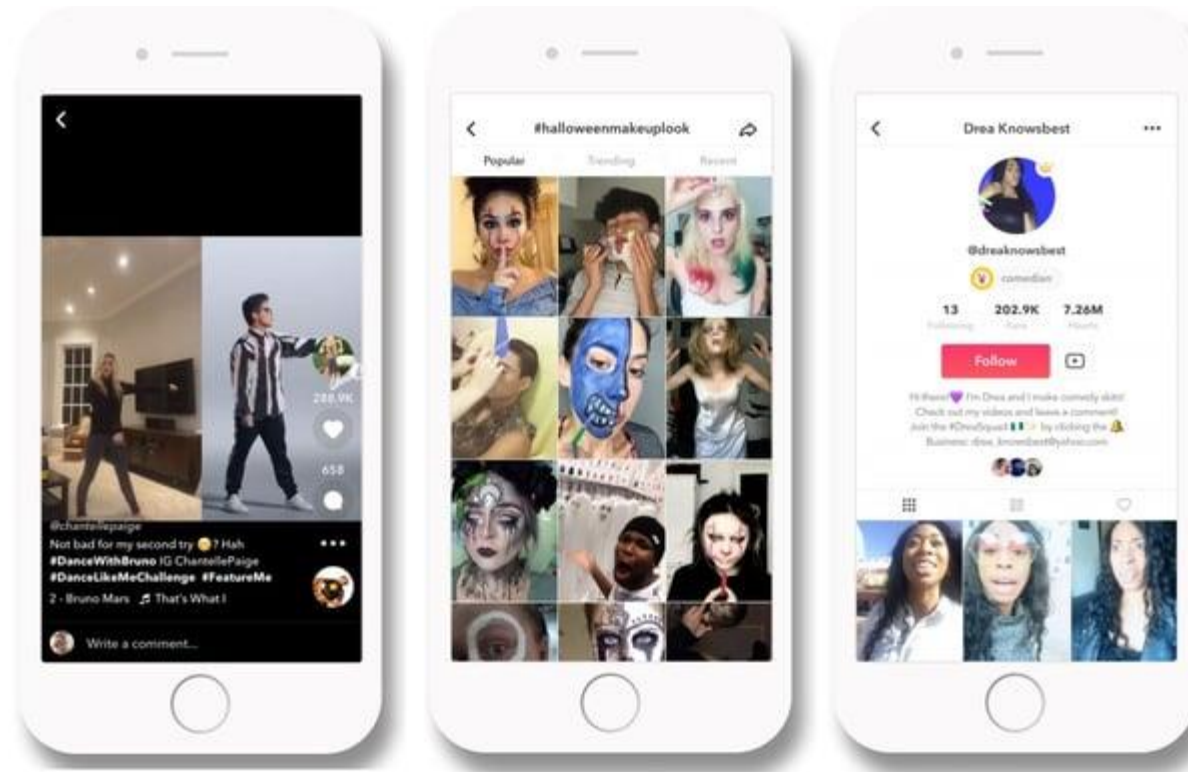
11. SPOTIFY / TIDAL / APPLE MUSIC



12. WHATSAPP / TELEGRAM

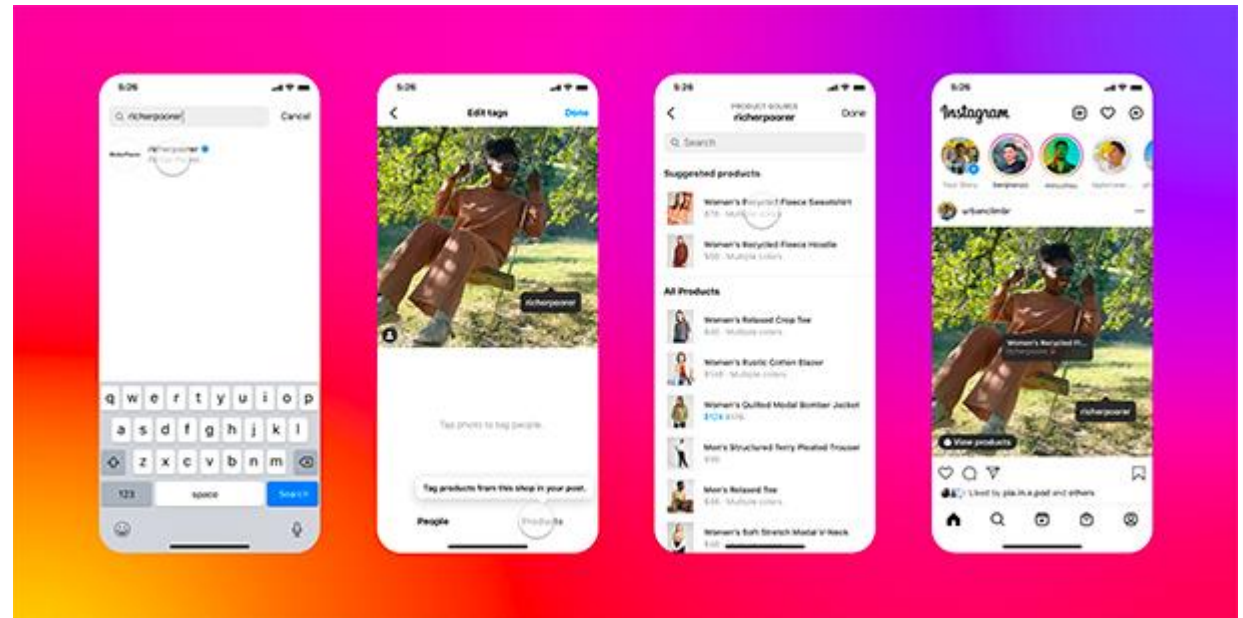


13. TIK TOK → ORIGEN EN VINE



14. INSTAGRAM

STORIES
FEED
FILTROS
GUIAS
REELS
IGTV
DESTACADOS



HERRAMIENTAS REDES SOCIALES

CREATOR STUDIO

SOCIALBLADE

HOOTSUITE

AGORAPULSE

HUBSPOT

<https://www.notjustanalytics.com/>

METRICOOOL <https://www.youtube.com/watch?v=kkZdTs2O-jE>

COMO CREAR UNA CAMPAÑA EN REDES SOCIALES

TALLER REDES SOCIALES

¡¡MUCHAS GRACIAS!!