

# CLAVES PARA VENDER EN INTERNET: REDES SOCIALES



BLOGOMUSAS  
*by Julia Serrano*

**IPRODECO**  
Instituto Provincial de  
Desarrollo Económico  
de Córdoba

BLOGOMUSAS | Julia Serrano

*La comunicación digital engloba todos los métodos y herramientas utilizados para transmitir mensajes a través de un medio digital, es algo que está presente en todas las empresas actuales, y que es responsable, en gran parte, de su éxito.*



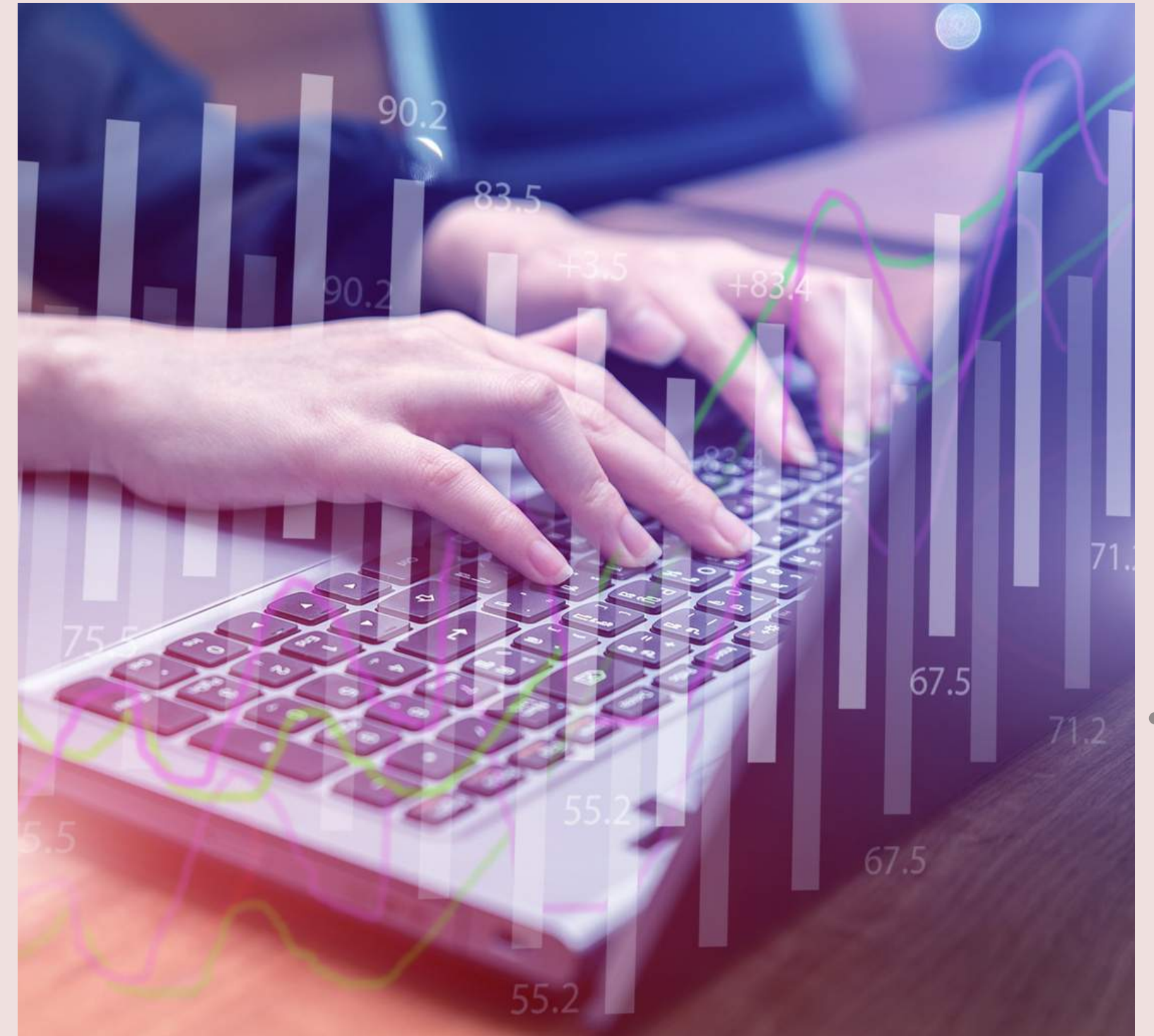
*Permite compartir información de un modo mucho más rápido y eficaz que otros métodos de comunicación tradicionales. A raíz de esto, nos permite ofrecer al público información actualizada en todo momento.*





*No es un método muy costoso y, gracias a la amplia gama de recursos y herramientas disponibles, la comunicación digital está al alcance de todo el mundo.*

*Los diferentes sistemas de comunicación digital, así como las redes sociales, permiten muchas posibilidades en cuanto a formas de transmitir la información y vender nuestros productos o servicios. En este taller vamos a ver algunas de ellas*



BLOGOMUSAS | Julia Serrano

# ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING



*La mayoría de las marcas pequeñas y medianas experimentan una enfermedad: Quieren vender como sea... y rápido... sin entender bien de qué trata siquiera. Sin entender la importancia de la planificación, de elaborar un plan de marketing digital.*

*Tras algunos años, muchas de las marcas (especialmente PyMEs) se están dando cuenta de que los cuentos de hadas en que los negocios crecen únicamente por subirse a la web y publicar en redes sociales, son completamente falsos.*





*Lo que a estas marcas les resulta inexplicable es cómo los grandes siguen creciendo y ellas, parecen estar condenadas.*

*Imagina que vas a comprar un televisor y encuentras una marca de la que no has oído hablar y te ofrece un muy buen precio; al lado te encuentras otros modelos, de marcas como Sony, Toshiba o Samsung... pero su precio es 30% mayor.*

*¿Cuál comprarías?*

*La mayoría va a pagar ese 30% extra por una simple razón... le da mayor confianza.*

*Le da seguridad.*



*La solución para la pequeña empresa pasa por construir marca, aumentar su reputación online y ser relevante en su nicho, para conseguirlo es necesaria una estrategia, un plan de marketing*



## *¿Qué debemos tener en cuenta antes de comenzar nuestro plan de marketing?*

- *Mercados objetivo: ¿quién es mi Buyer Persona?*
- *Necesidades y deseos: ¿qué busca?*
- *Historia: ¿nuestra marca cuenta una historia?*
- *Diferenciación: ¿somos diferentes y confiables?*
- *Capacidades: ¿Contamos con los recursos necesarios?*

# VIAJE DEL COMPRADOR





*Vamos a estudiar estos factores*

***BUYER PERSONA ¿COMO DEFINIMOS  
A NUESTRO CLIENTE IDEAL***

*Un buyer persona es una  
descripción abstracta de tu  
consumidor ideal.*





*Los buyer personas ayudan a los negocios a decidir:*

- *Hacia dónde orientar el desarrollo de productos;*
- *Qué tipo de contenido crear;*
- *Cómo comunicarse con los clientes potenciales;*
- *Cómo captar y retener clientes.*



*Si no sabemos quién es nuestro buyer persona ¿como nos vamos a dirigir a él para mostrarle nuestra marca, nuestros productos o nuestros servicios*

*¿Nos comunicamos igual con niños  
y con adultos, con jóvenes o  
personas mayores, con personas  
con alto y bajo nivel adquisitivo?*



## *¿Cómo definimos nuestro buyer persona?*

*Demografía*

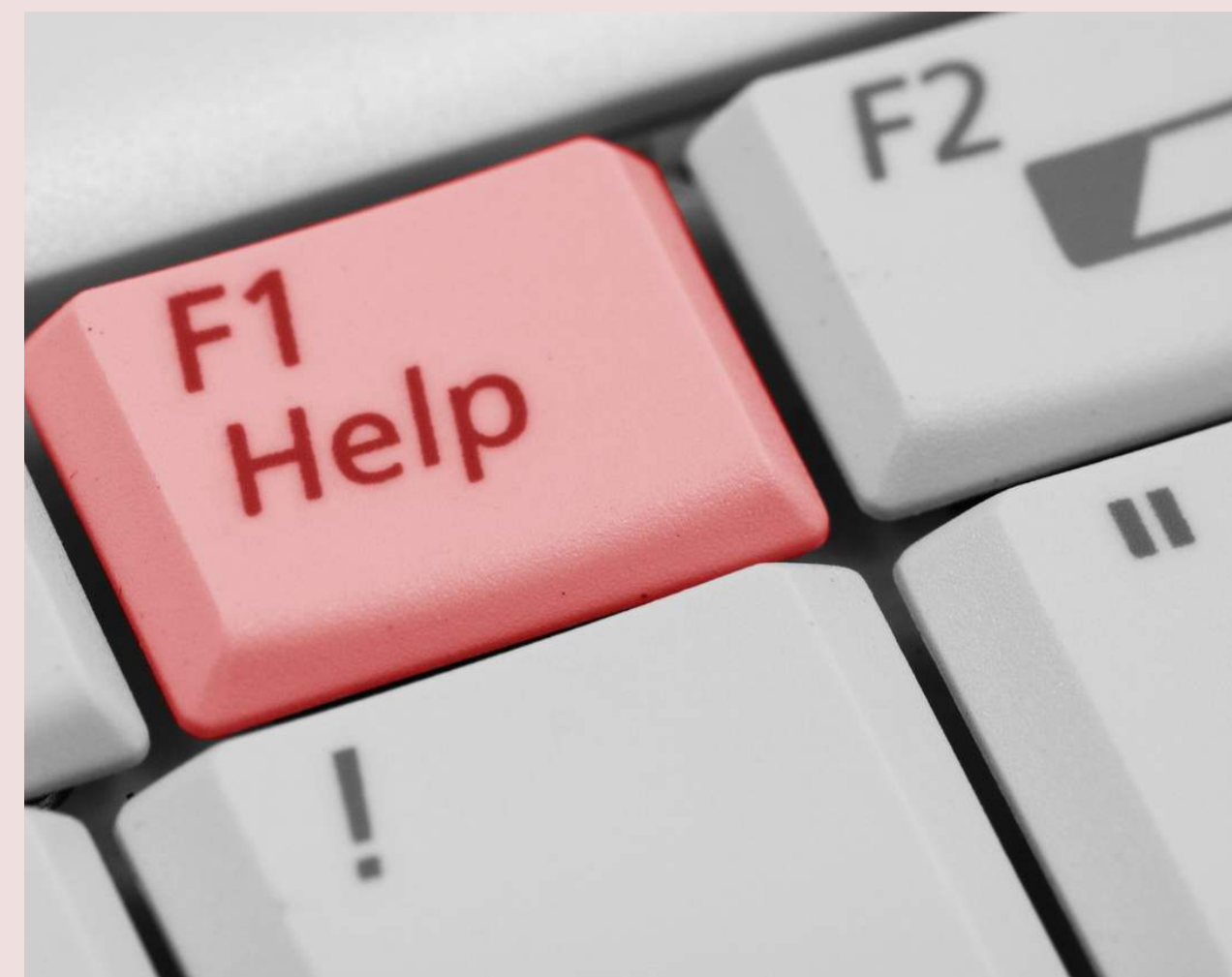
*Situación profesional*

*Puntos de dolor*

*Proceso de compra*

## ***PUNTOS DE DOLOR: NECESIDADES Y DESEOS***

*Se trata de los problemas con los que se enfrenta nuestra audiencia y que podrían resolver nuestros productos o servicios.*



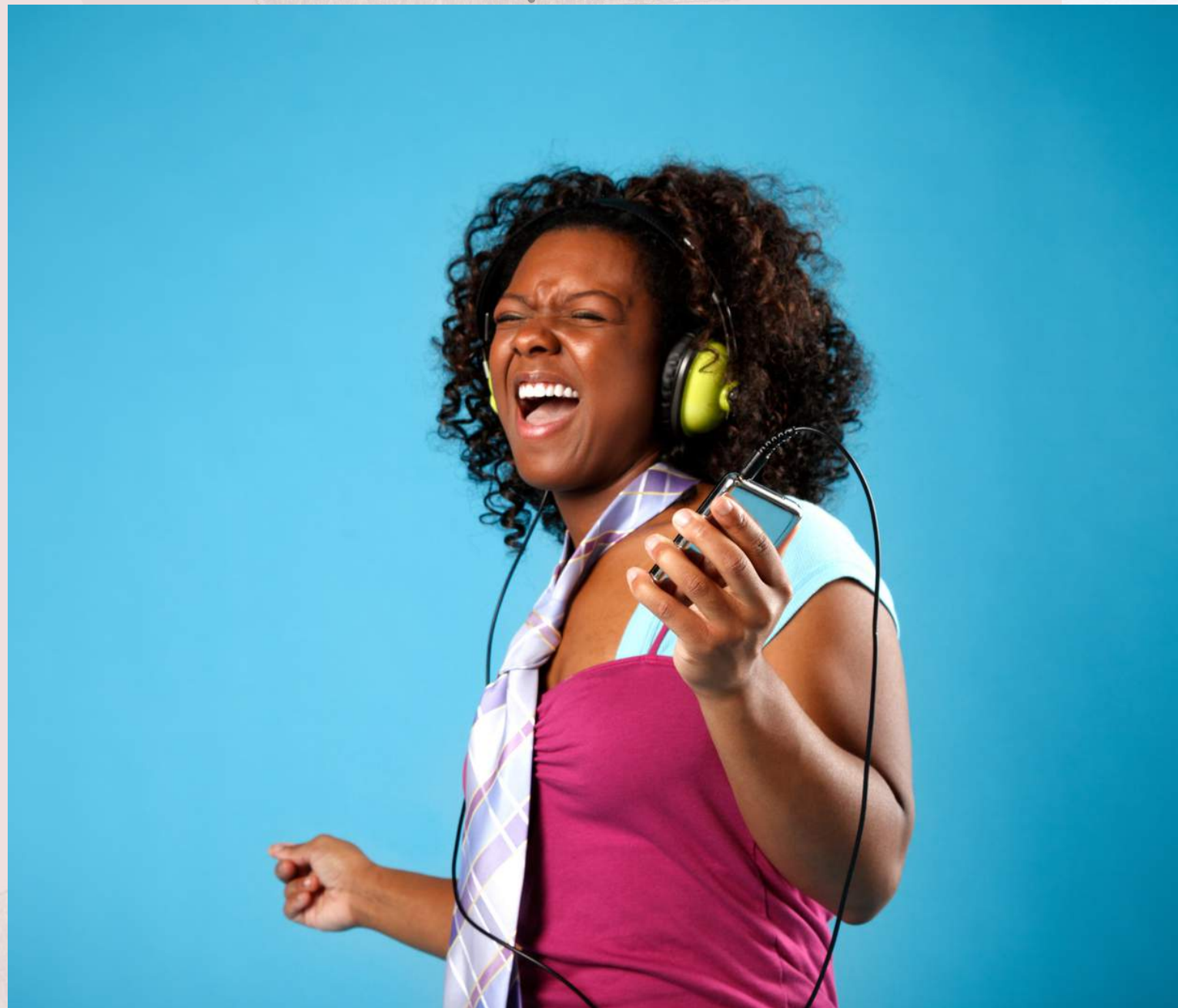
*Si en nuestra estrategia de comunicación no tenemos en cuenta los puntos de dolor con los que se encuentran nuestros clientes, será muy difícil poder llegar a ellos y muy posiblemente acabarán ignorando nuestras campañas.*



## *HISTORIA*

*Cuenta la historia de tu marca,  
conecta con tus clientes actuales y  
potenciales.*





*Cuando Apple presentó el iPod al mundo por primera vez, no nos hablaron de cuántas megabytes llevaba. Nos contaron una historia de “1.000 canciones en tu bolsillo” y así nos enganó. Steve Jobs sabía cómo diferenciar Apple de sus competidores porque era un maestro en storytelling.*

*Nuestros clientes no compran productos o servicios. Compran la emoción que les haces sentir y el significado que tiene para ellos tener algo de nuestra marca.*



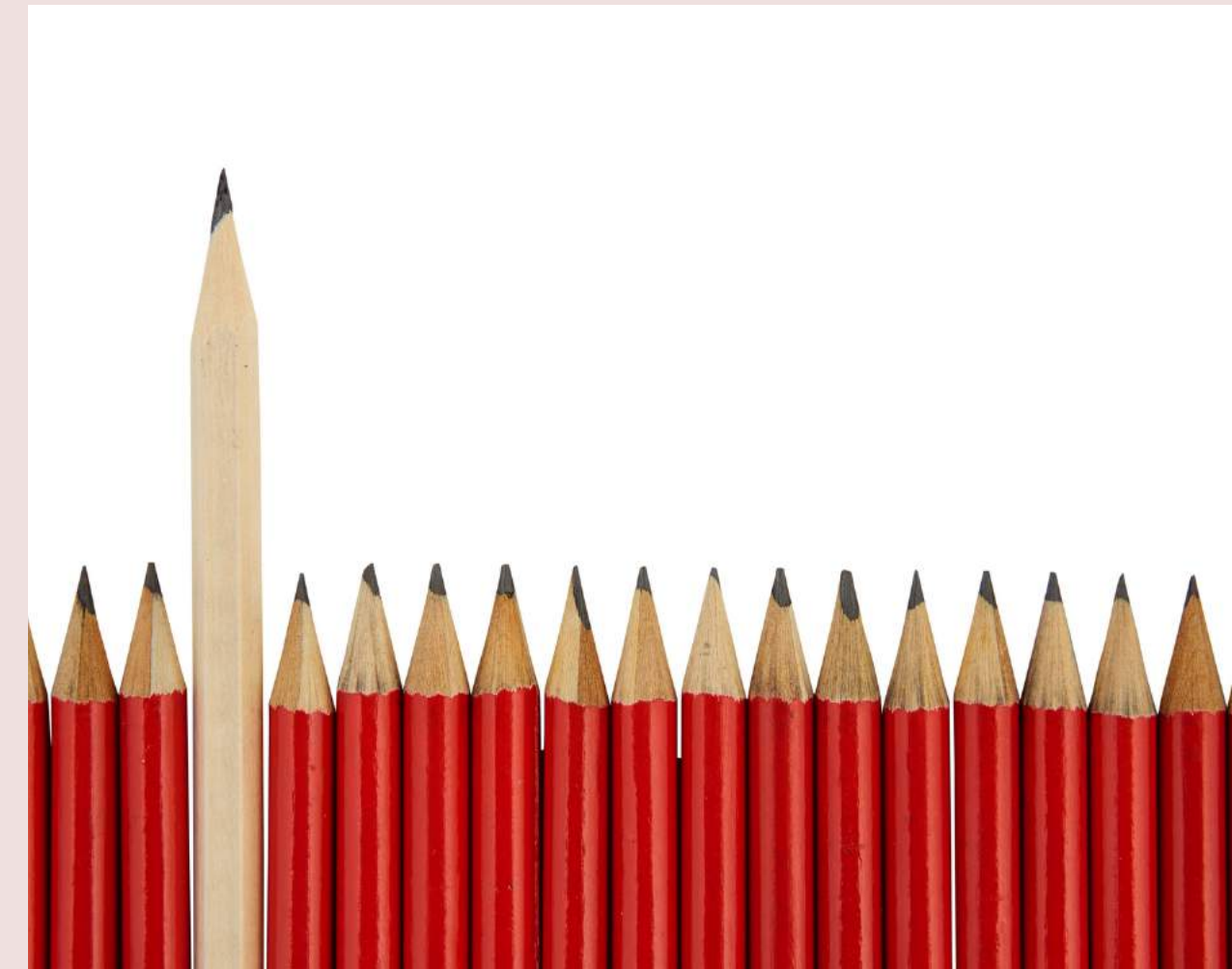


## ***NUUESTRA HISTORIA DEBE INCLUIR***

- *Los valores de tu marca*
- *Un elemento que desencadene emoción en tu público*
- *Un lenguaje basado en emociones*
- *Las virtudes que tienes como marca, esas que te hacen diferente al resto*
- *Algo positivo que les aporte a tu público*
- *El enganche para enamorar a tu público hasta el punto que te prefiera entre el resto de marcas de tu competencia*

## *DIFERENCIACIÓN*

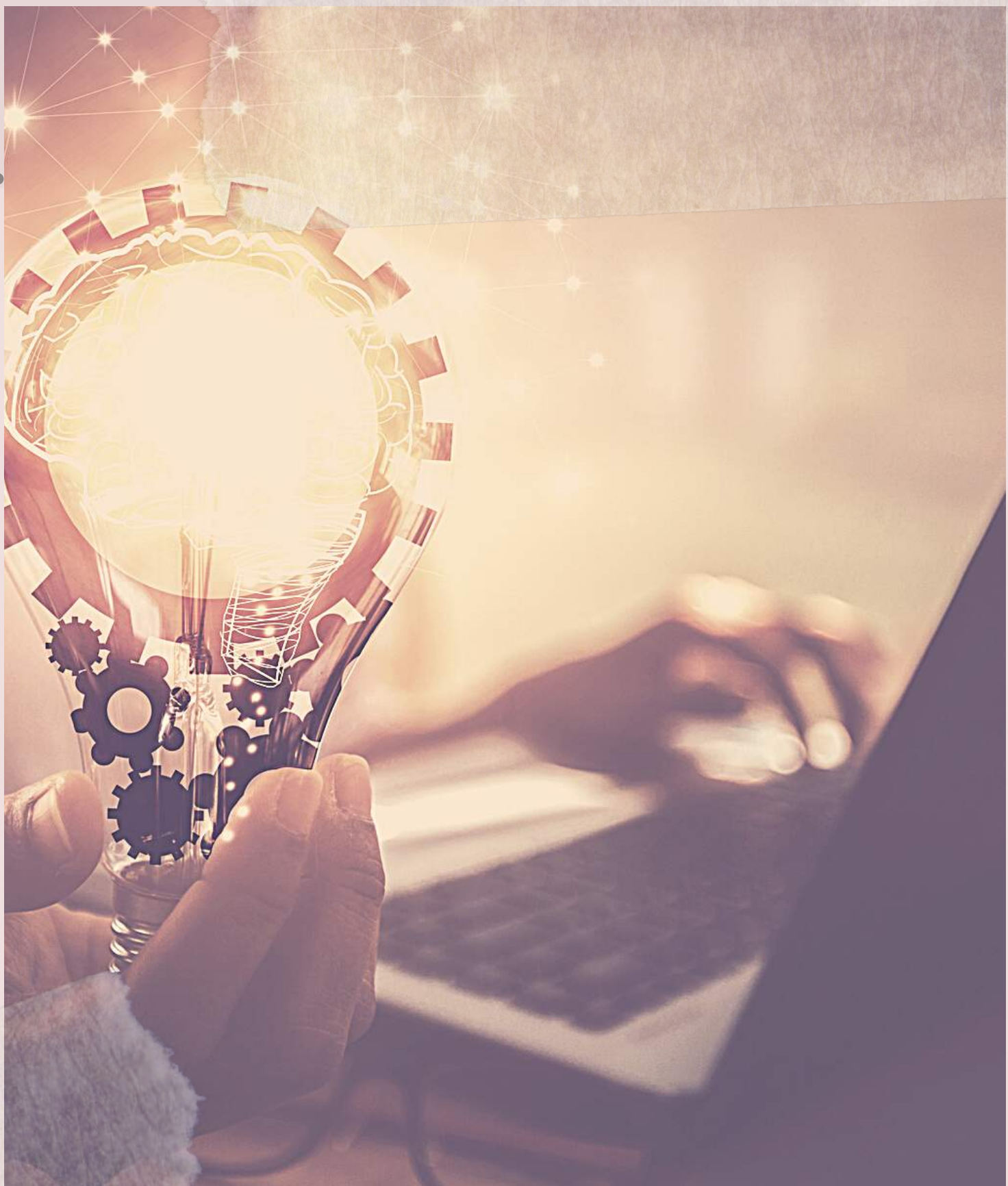
*"Puedes decir lo mismo si lo dices  
de forma diferente"*



## ***CAPACIDADES***

*Es fundamental contar con los recursos necesarios, tanto técnicos como formativos.*





*No basta con saber publicar  
en redes sociales, es  
necesario hacerlo en base a  
una estrategia que nos  
ayude a lograr los objetivos  
marcados*

# ¿Cómo hacer nuestro plan de marketing?



## *Debemos analizar los siguientes aspectos*

- *Análisis de la situación con una matriz DAFO*
- *Establecer objetivo, alcanzables y medibles*
- *Definir nuestra estrategia (público objetivo, contenidos, etc).*
- *Ejecutar la estrategia diseñada*
- *Medir los resultados*

BLOGOMUSAS | Julia Serrano

# DISEÑO DEL CALENDARIO EDITORIAL

”

*Una vez planificadas las publicaciones que hemos definido en base a nuestra estrategia es fundamental programarlas*



*¿Por qué es tan importante la programación?*

*Las empresas deben dedicar la mayor parte de su esfuerzo diario al desarrollo de su actividad principal, y no estar pendiente de lo que deben publicar cada día*

1

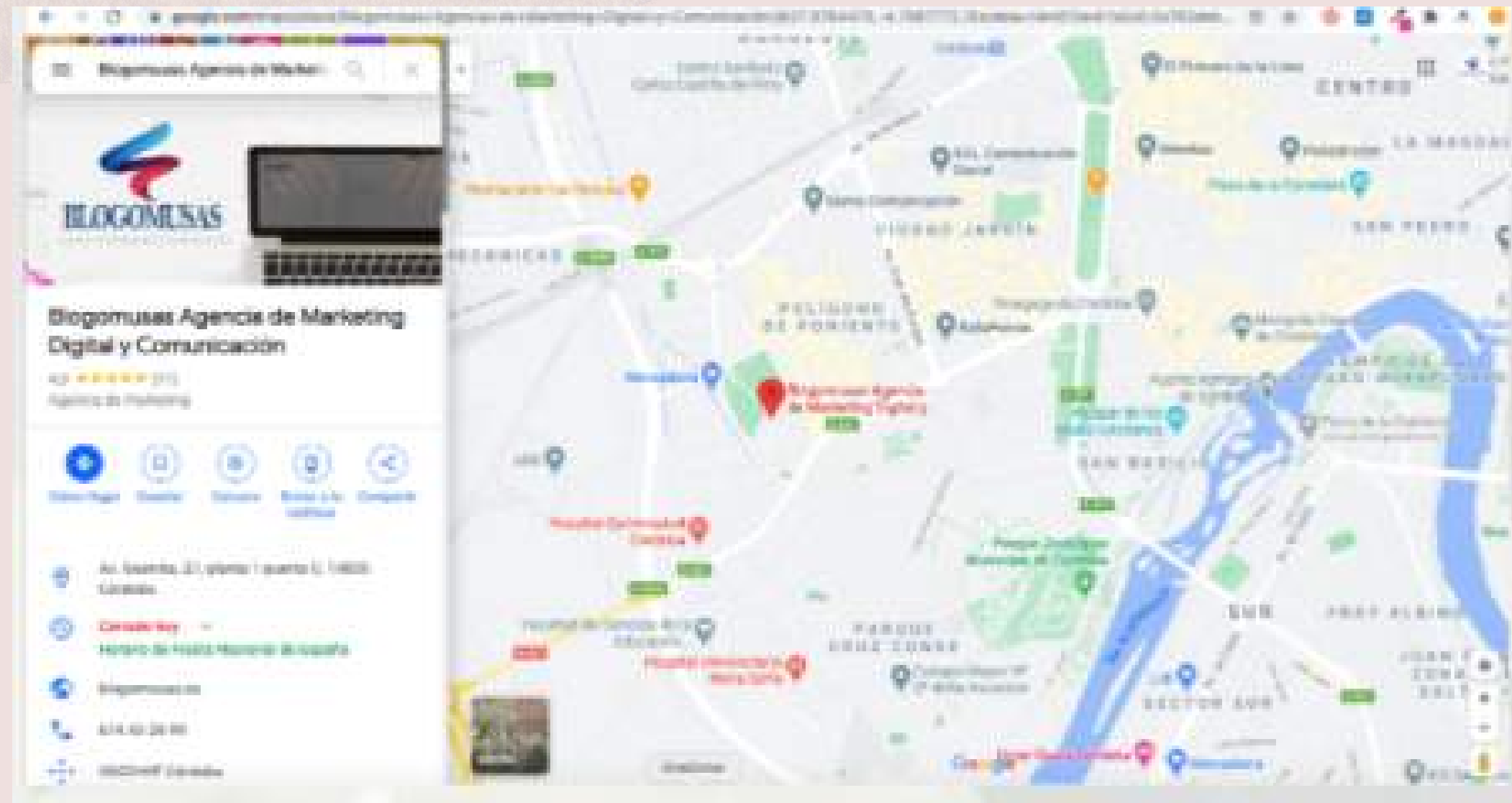
*Escoge las redes principales*

2

*Planifica y programa las publicaciones*



*Google My Business nos permite crear y administrar fichas gratuitas en Google y Google Maps para que los usuarios puedan encontrarnos al hacer búsquedas.*



*Para darnos de alta en Google My Business entramos en el siguiente dirección web y seguimos los pasos*



<http://google.com/business>

# *La mejor forma de planificar nuestras publicaciones pasa por diseñar un calendario editorial*





BLOGOMUSAS  
by Julia Saravia

# CALENDARIO EDITORIAL

DIA	TEXTO	IMAGEN	VIDEO	INSTAGRAM	FACEBOOK	LINKEDIN	NOTAS	ESTADO
1				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		▼
2				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		▼
3				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		▼
4				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		▼
5				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		▼

BLOGOMUSAS | Julia Serrano

CANVA

The screenshot shows the Canva website interface. At the top, there is a navigation bar with the Canva logo, a search bar containing "Buscar en Canva", and a "Crea un diseño" button. Below the navigation bar is a sidebar with a "Recomendado para ti" section and a list of design categories: "Todos tus diseños", "Diseños recientes", "Compartido contigo", "Kit de marca", "Planificador de contenido", "Todas tus carpetas", "Papelera", "Blogomusas by julia serrano", and "Invitar miembros". The main content area features a large purple banner with the text "¿Qué vas a diseñar?" and a "Tamaño personalizado" button. Below the banner are eight circular icons representing different design categories: "Para ti", "Presentaciones", "Redes sociales", "Video", "Impresiones", "Marketing", "Oficina", and "Más". Underneath these icons is a row of seven design template thumbnails, each with a label: "Presentación", "Post de Instagram", "Historia de Instagram", "Logo", "Documento A4", "Tu historia", and "Póster".

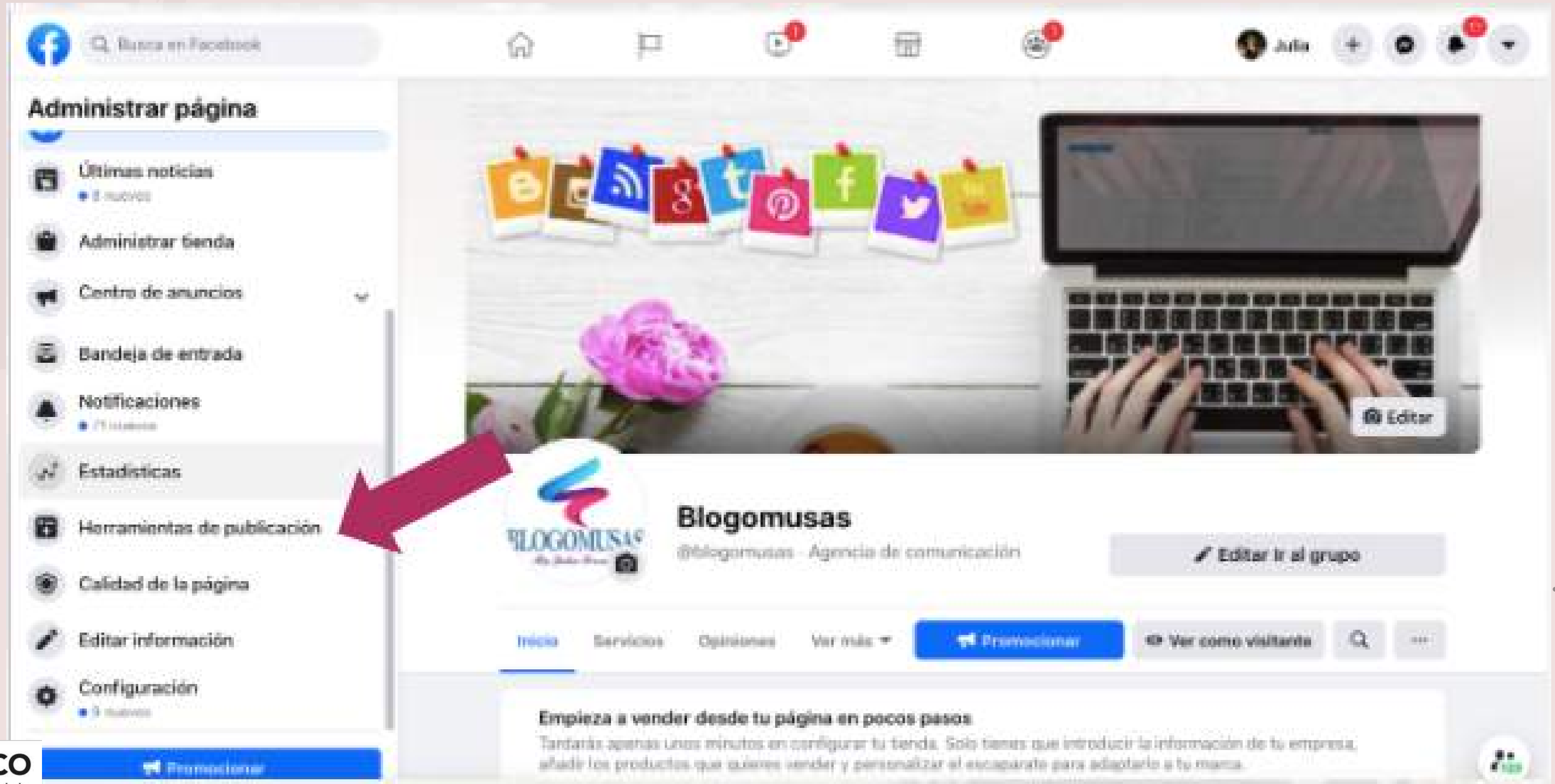
BLOGOMUSAS | Julia Serrano

# CREATOR STUDIO Y BUSINESS SUITE

## *Comenzamos con Creator Studio de Facebook*

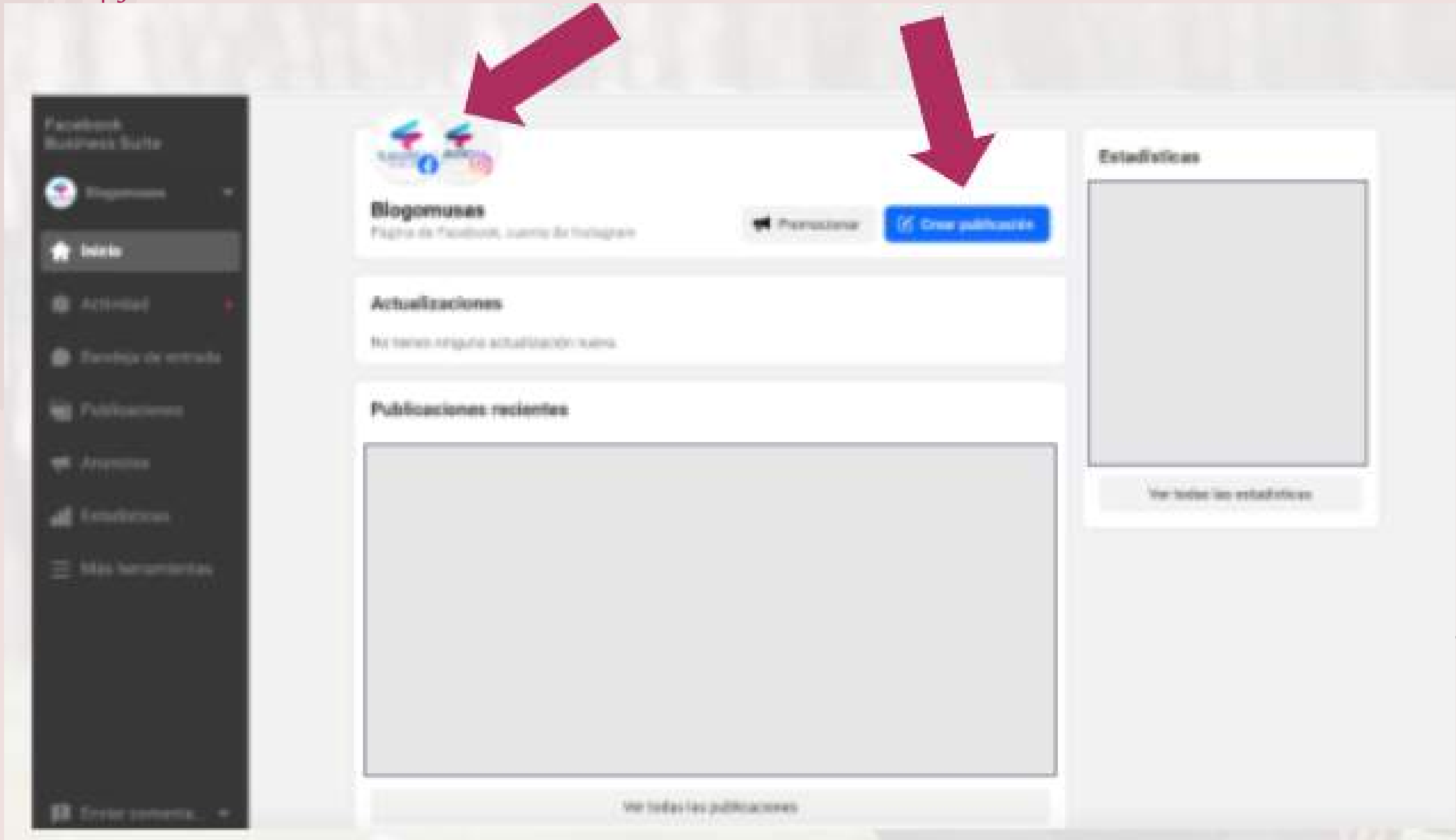
Creator Studio





*También podemos programar con Business Suite de Facebook, se entra con el enlace [business.facebook.com](https://business.facebook.com)*





BLOGOMUSAS | Julia Serrano

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

La biografía es la primera impresión que se lleva alguien cuando entra en nuestro perfil de Instagram



742 8278 1436  
Publicaciones Seguidores Siguiendo

**Julia Serrano | Digitalízate**  
Creador digital  
Te ayudo a tomar el control de tu marketing digital

[Simplificatudigitalizacion.com](https://www.simplificatudigitalizacion.com)  
En [@blogomusas](https://www.instagram.com/blogomusas) más  
[mtr.bio/byjuliaserrano/1042813](https://mtr.bio/byjuliaserrano/1042813)

Una buena biografía debe dejar claro quien eres y en qué puedes ayudar a tus usuarios, deben saber qué pueden esperar de ti



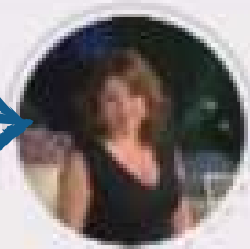
742 8278 1436  
Publicaciones Seguidores Siguiendo

**Julia Serrano | Digitalízate**  
Creador digital  
Te ayudo a tomar el control de tu marketing digital

[Simplificatudigitalizacion.com](https://www.simplificatudigitalizacion.com)  
En [@blogomusas](https://www.instagram.com/blogomusas) más  
[mtr.bio/byjuliaserrano/1042813](https://mtr.bio/byjuliaserrano/1042813)

# Qué debe contener tu biografía

*Una imagen reconocible*



742 8278 1436  
Publicaciones Seguidores Siguiendo

*Categoría*

*Nombre*

Julia Serrano | Digitalízate

Creador digital  
Te ayudo a tomar el control de tu marketing digital

*Descripción*

[Simplificatudigitalizacion.com](https://www.simplificatudigitalizacion.com)  
[En @blogomusas](https://www.instagram.com/blogomusas) más  
[mtrbio/byjuliaserrano/1042813](https://www.instagram.com/mtrbio/byjuliaserrano/1042813)

*Enlace*

*Llamada a la acción*

Es importante tener en cuenta las medidas y los formatos de las publicaciones en Redes Sociales, sobre todo en una red tan visual cómo Instagram



# FOTOGRAFÍAS

## *FOTOGRAFIAS CUADRADAS*

*1080 x 1080 pixeles*

*1:1 formato cuadrado*

## *FOTOGRAFIAS VERTICALES*

*1080 x 1350 pixeles*

*4:5 formato vertical*

## *FOTOGRAFIAS HORIZONTALES*

*1080 x 566 pixeles*

*1.91:1 formato horizontal*

## VIDEOS

**VIDEOS CUADRADOS**  
*1080 x 1080 pixeles*  
*1:1 formato cuadrado*

**HISTORIAS**  
*1080 x 1920 pixeles*  
*9:16 formato vertical*

**VIDEOS VERTICALES**  
*1080 x 1350 pixeles*  
*4:5 formato cuadrado*

**VIDEOS HORIZONTALES**  
*1080 x 607 pixeles*  
*16:9 formato horizontal*



IGTV

## CONTENIDO DE LAS PUBLICACIONES

Si queremos fidelizar a nuestros seguidores debemos ofrecer un contenido de valor, basado en nuestra experiencia y utilizando story telling.

En cuanto a la frecuencia de publicación es mejor calidad que cantidad.



# QUÉ ELEMENTOS DEBE CONTENER UNA PUBLICACIÓN

◆ Caption o texto

◆ Hashtag

◆ Ubicación

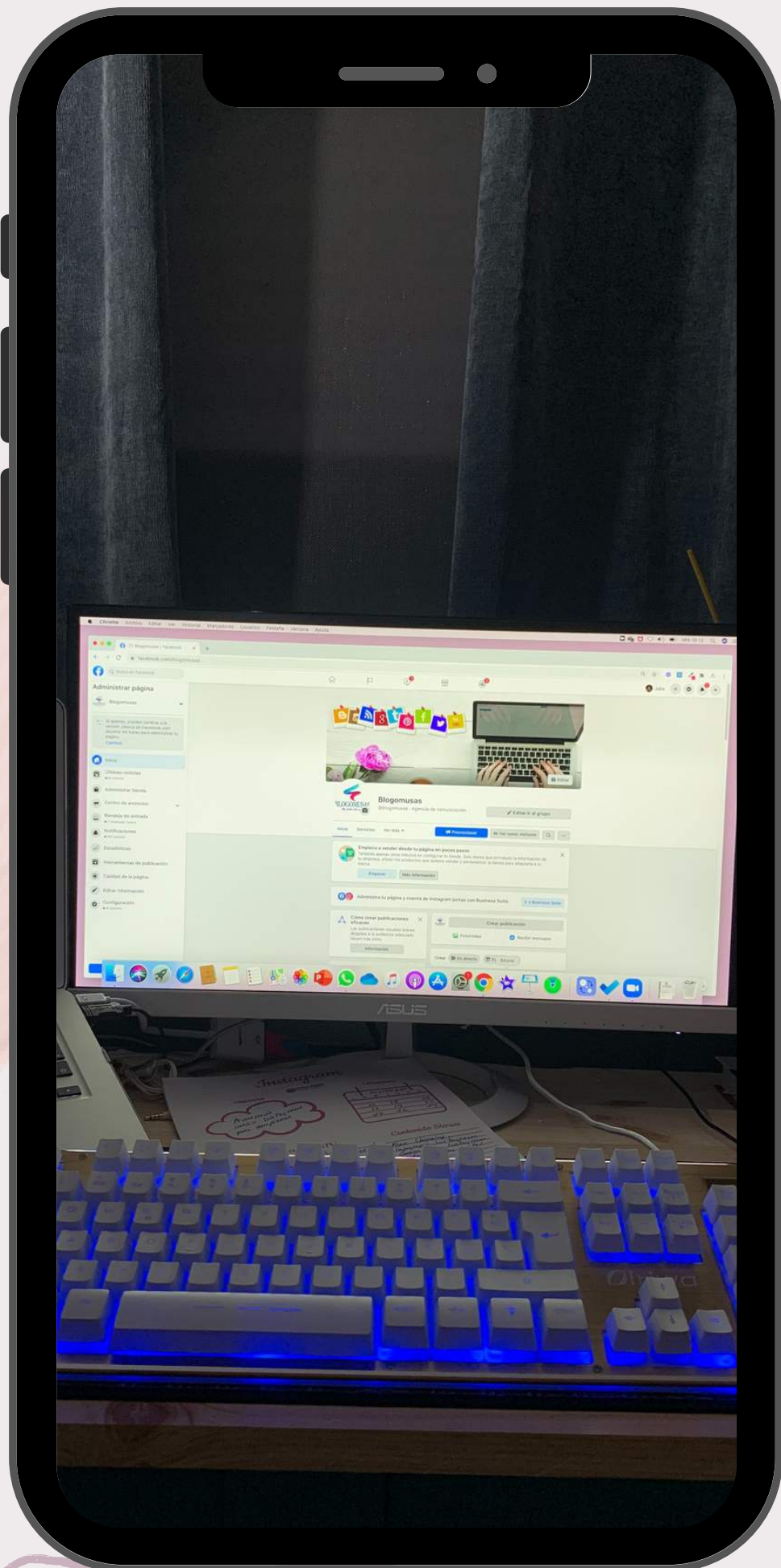
◆ Etiquetas

## HISTORIAS

Las historias son publicaciones que desaparecen a las 24 horas de su publicación y duran 15 segundos.

Es aconsejable publicar todos los días, y se utilizan principalmente para humanizar la marca.





¿Qué debemos publicar?

- ◆ Vídeos compartiendo tu día a día
- ◆ Imágenes de nuestro lugar de trabajo
- ◆ Imágenes de nuestro equipo
- ◆ Imágenes de lugares o eventos a los que asistimos

# HISTORIAS



Destaca las historias importantes para que no desaparezcan y tus seguidores las puedan ver cuando accedan a tu perfil.

*Historias destacadas en el perfil*

*Destacar dentro de la historia*

## REELS

Una función de Instagram que emula Tik Tok, son permanentes a diferencia de las historias y tienen una duración de 15 o 30 segundos.

Al igual que las historias humaniza nuestra marca y podemos utilizarlos para entretener a nuestros seguidores, crear pequeños tutoriales, entre otras cosas, el límite es nuestra imaginación.



byjuliaserrano



Ver recursos sobre COVID-19 para empresas



742 8279 1436

Publicaciones Seguidores Siguiendo

**Julia Serrano | Digitalízate**

Creador digital

Te ayudo a tomar el control de tu marketing digital

[Simplificatudigitalizacion.com](https://www.simplificatudigitalizacion.com)

En @blogomusas más  
[mtr.bio/byjuliaserrano/1042813](https://mtr.bio/byjuliaserrano/1042813)

Editar perfil

Promociones

Estadísticas

Añadir tienda

Correo



ips Market...



rensa-Eve...



Noticias



Herramientas



Testimoni...



REELS

Reels

Encontramos los reels en nuestro perfil

**IPRODECO**

Instituto Provincial de  
Desarrollo Económico  
de Córdoba

## IGTV

Son vídeos que se almacenan en nuestra cuenta de Instagram dónde pueden visualizarlos nuestros usuarios y pueden durar hasta una hora, pero...

- ◆ Si tiene una duración entre 1 y 15 minutos se puede subir desde un smartphone
- ◆ Si tiene una duración entre 15 y 60 minutos únicamente se puede subir desde la versión web de Instagram



IGTV



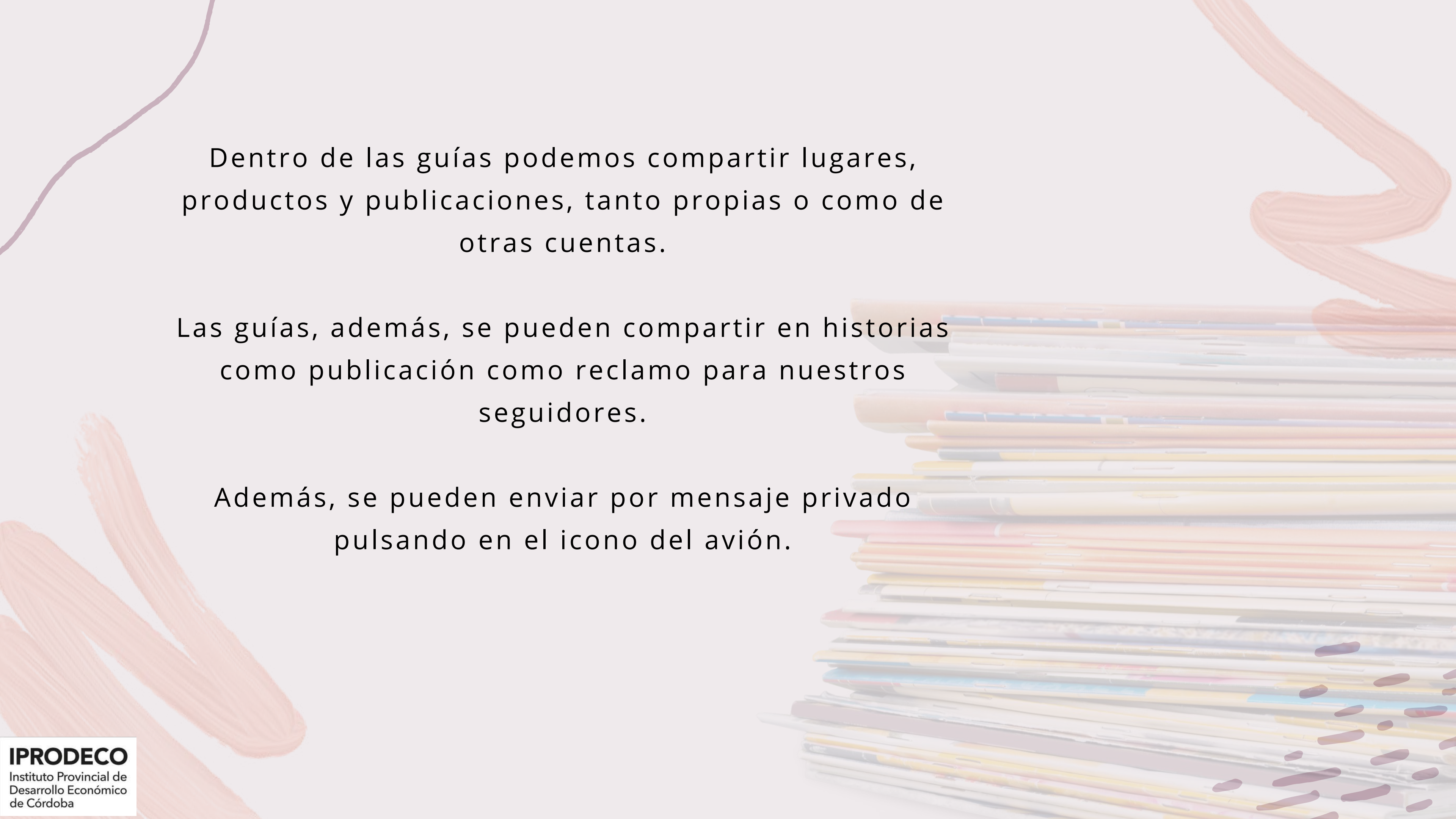
También encontramos IGTV en nuestro perfil de Instagram

IGTV

Las guías de Instagram son una nueva forma de crear y consumir contenidos agrupando varias publicaciones según una temática.

Se trata de una colección de publicaciones

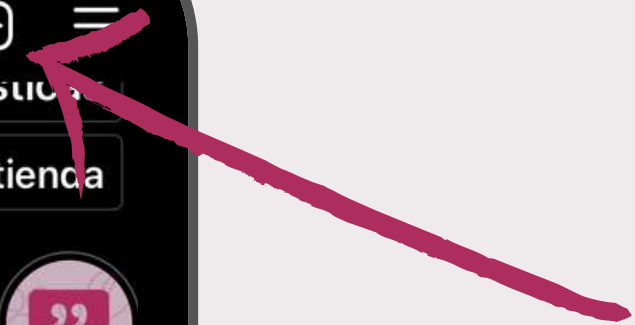
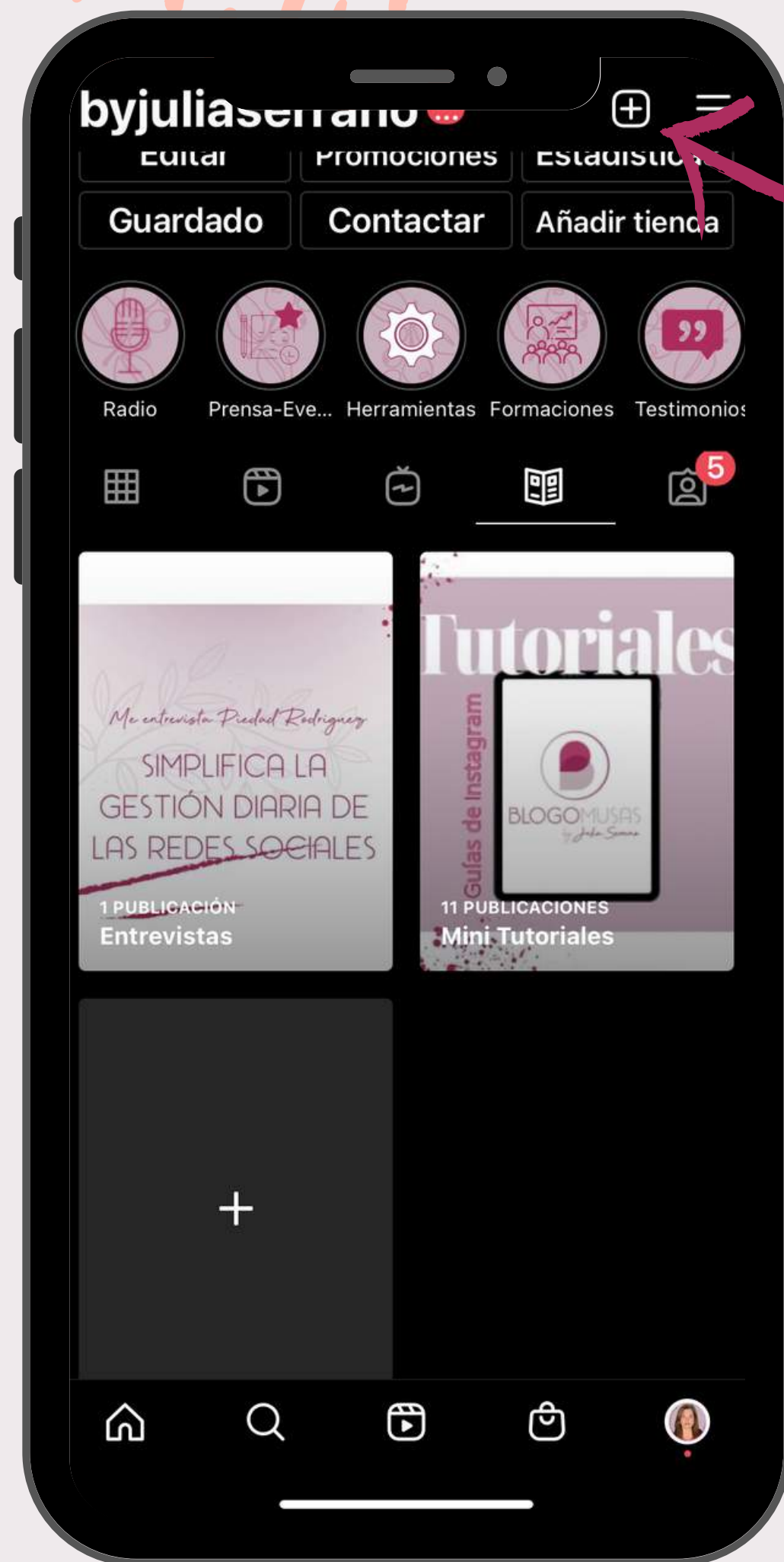




Dentro de las guías podemos compartir lugares, productos y publicaciones, tanto propias o como de otras cuentas.

Las guías, además, se pueden compartir en historias como publicación como reclamo para nuestros seguidores.

Además, se pueden enviar por mensaje privado pulsando en el icono del avión.



BLOGOMUSAS | Julia Serrano

LINKEDIN



Buscar



Inicio



Mi red



Empleos



Mensajes



Notificaciones



Yo



Productos

Probar Premium gratis

Control de tu negocio - "Es perfecto para una Pyme. Fácil de usar, muy completo..." ¡Regístrate ya! Anuncio ...



**Julia Serrano**

¿Eres autónomo, profesional o microempresa? Te ayudo a tomar el control del marketing digital de tu negocio | Transformación digital | Mentora y Formadora

Córdoba y alrededores, España · [Información de contacto](#)

Más de 500 contactos

Tengo interés en...

Añadir sección

Más

**Prestar servicios**

Marketing digital, Estrategia de marketing, For...  
[Ver todos los detalles](#)

Muestra a los técnicos de selección que estás buscando empleo y controla quién puede verlo.  
[Comenzar](#)

### Prepara tu perfil para los clientes

< Anterior Siguiete >



**Actualiza tu información de contacto**

Ayuda a los posibles clientes a contactar contigo actualizando tus datos

● ○ ○ ○

Ahora no

[Editar información de contacto](#)

Tu panel

Solo para ti

Estelar

Editar URL y perfil público



Añadir perfil en otro idioma



Anuncio ...



Encuentra empresas que busquen tus aptitudes.

[Buscar empleos](#)

### Otros usuarios han visto



**Piedad Rodríguez** · 1er

Consultora y formadora en gestión de negocio en Consultoría de Gestión de...

[Mensaje](#)



**Bell Sistemcom Comunicaciones**

Profesionales · 2º

Director de gerencia en Bell Sistemcom S.L.

[Conectar](#)



**Marien Pozanco** · 1er

Alhacena Gourmet

[Mensaje](#)



**Lola Ortíz** · 1er

TCAE



**Messaging**

Search messages



**Dayana Santacreu** 21:30  
Tú: Encantada, muchísimas gracias



**Hilene Galan** 28 sept  
Hilene: Gracias



**Alberto Porras Mor...** 21 sept  
Tú: Seguro que sí, un saludo



**Cristina Aliaga Cabañ...** 19 sept  
Tú: Muchas gracias



**Luis Enrique López** 17 sept  
**Patrocinado** · Eres el candidato que buscamos



**Magali Weil** 14 sept  
Tú: Muchas gracias



**Maria Jose Barbosa C...** 30 ago  
Maria Jose: Gracias por conectar! 😊



**Cass y el equipo de Sa...** 30 ago  
**Oferta de LinkedIn** · Gracias por ser miembro de Linkedl...



**Víctor Javier Pérez Gar...** 17 ago  
**Patrocinado** · Admítelo, ya no existe el Marketing sin...



**Néstor Fabian MARCOS** 5 ago  
Néstor Fabian:  
<https://www.linkedin.com/event:>



**Arantza Puente Gil (She...** 15 jul  
Arantza Puente Gil (She/her):  
Gracias 🙏



**Maria Dolores Otero Izq...** 12 jul  
Maria Dolores: Gracias a ti.

BLOGOMUSAS | Julia Serrano

# MARKETING DE CONTENIDOS Y VIDEOMARKETING

## VIDEOMARKETING

El Video Marketing es una técnica de marketing en la que se utiliza material audiovisual para promocionar una marca, servicio o producto.



”

9 de cada 10 internautas consumen videos  
de las marcas que siguen

BLOGOMUSAS | Julia Serrano

# VENTAJAS DE UTILIZAR VIDEOMARKETING



Engagement: el video permite transmitir un mensaje de forma original. Funcionan especialmente los contenidos que trabajan el storytelling, el humor y a apelan a las emociones de los usuarios, tanto positivas como negativas.



Mensaje: un mensaje transmitido mediante contenido audiovisual queda más claro, pues se utilizan varios recursos para transmitirlo: imagen, música, voz en off y texto.



Consumo: el consumo de vídeos es muy fácil y cómodo por lo que los usuarios suelen asociarlo con el ocio y estar más receptivos. Es más fácil captar la atención de los usuarios con un contenido audiovisual que con un contenido en texto.



Viralidad: los vídeos son más susceptibles de ser compartidos y, como hemos visto, al favorecer el engagement pueden convertirse en contenidos virales de forma más sencilla.



Compra: trabajar el video marketing de la marca aumenta la conversión. Se ha comprobado que los vídeos ayudan en la decisión de compra ya que permiten tener una mejor concepción del aspecto y funcionamiento del producto o servicio.



SEO: los vídeos alojados en plataformas como YouTube se posicionan de forma relativamente sencilla en las primeras páginas de resultados de Google y aumenta el tiempo de permanencia en las plataformas .

# PLATAFORMA DE VIDEOMARKETING

Hoy vamos a ver

◆ IGTV

◆ YOUTUBE

◆ VIDEOCONFERENCIA




BLOGOMUSAS | Julia Serrano

# MÉTRICAS CON INSTAGRAM Y METRICOOL

”

*¿Cómo podemos saber si se han cumplido los objetivos que nos hemos propuesto si no medimos los resultados?*



*¿De qué nos sirve realizar un trabajo impecable en cuanto a gestión, planificación y programación si no sabemos qué nos ha funcionado?*

*El marketing digital no es una ciencia exacta, debemos afinar nuestra estrategia en base a estrategias de ensayo y error y para lograrlo debemos medir nuestras acciones de marketing.*





*Son muchas las herramientas que nos ofrece el mercado, gratuitas o premium, que nos ayudan en esta tarea.*

# Vamos a ver cómo funciona Metricool

The screenshot displays the Metricool dashboard interface. At the top, the 'metricool' logo is on the left, and navigation tabs for 'Evolución', 'Tiempo real', 'Planificación', and 'Anuncios' are on the right. A left sidebar lists various social media and marketing tools: Web / Blog, Facebook, Instagram (highlighted), Twitter, LinkedIn, Google My Business, YouTube, Twitch, Facebook Ads, Google Ads, TikTok Ads, Informes, and Ajustes de marca. The main content area is titled 'Instagram' and features a sub-header 'Analiza todas tus métricas de Instagram'. Below this, a text block explains that users can analyze their Instagram community and evolution, and provides a 'CONECTAR CUENTA PROFESIONAL' button. On the right, a 'Community' analytics panel is visible, showing a 'Growth' chart with a blue line and orange bars, and a 'Followers balance' bar chart. The growth chart includes a data table:

Metric	Value
351 Followers	
10.97 Daily followers	
23.4 Followers per post	
10 Following	



## PANEL DE CONTROL DE INSTAGRAM

Se trata de una herramienta más de Instagram que facilita la gestión con nuestros usuarios, clientes o clientes potenciales de forma segmentada



Ver panel para profesionales



667 8326 1504  
Publicaciones Seguidores Siguiendo

### Julia Serrano | Digitalízate

Creador digital

Te ayudo a tomar el control de tu marketing digital

● Simplificatudigitalizacion.com

● En @blogomusas más

mtr.bio/byjuliaserrano/1042813

Editar

Promociones

Estadísticas

Guardado

Contactar

Añadir tienda



Radio



Prensa-Eve...



Herramientas



Formaciones



Testimonio:





# ENGAGEMENT Y lo hace de esta manera

*En el momento de la publicación*



*La muestra a un pequeño número de nuestros seguidores*



*Interactúan*



*Aumenta la visibilidad*



*No interactúan*



*No la muestra*





## INSTAGRAM

@byjuliaserrano

@blogomusas



## LINKEDIN

@byjuliaserrano



## FACEBOOK

@blogomusas

*blogomusas.es*

**IPRODECO**

Instituto Provincial de  
Desarrollo Económico  
de Córdoba