



Comunicación efectiva a un publico mas dinámico

QUÉ ES UNA RED SOCIAL

Las **redes sociales** en Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios **interactúan** con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común.



CÓMO FUNCIONA UNA RED SOCIAL

Son plataformas de comunicación que permite **conectar** gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos.



LAS MÁS CONOCIDAS

- ✓ Facebook.
- ✓ Twitter.
- ✓ LinkedIn
- ✓ Instagram



POR QUÉ UNA RED SOCIAL

Es un **medio** práctico para **transmitir y difundir** los logros, ideas, acciones y eventos que se generan en torno a una persona u organización.

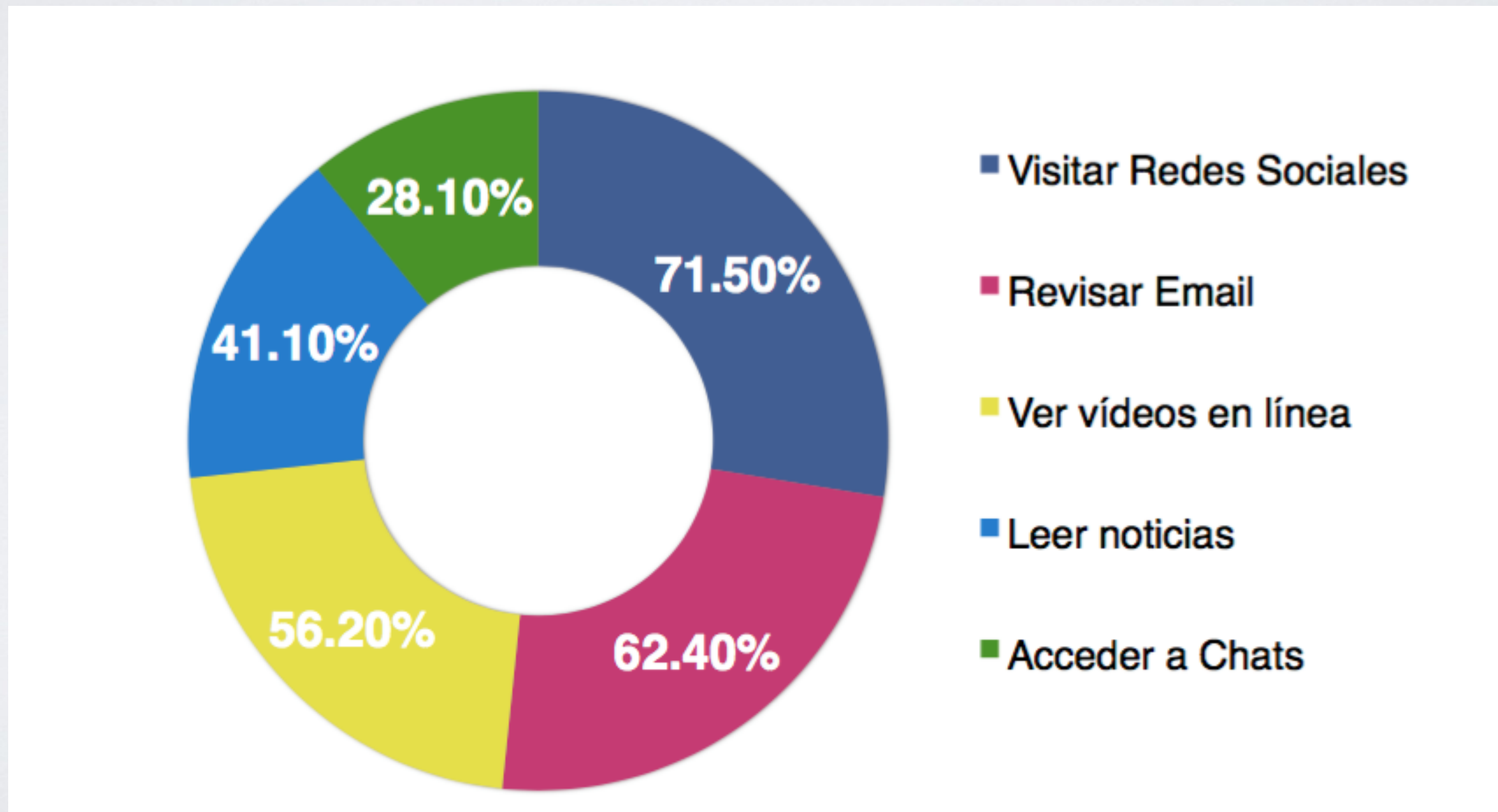


DATOS A TENER EN CUENTA

- Si FACEBOOK fuera un país sería el 4 mas poblado del mundo.
- El 80% de las compañías usan LINKEDIN como herramienta para buscar empleados.
- El 90% del uso de TWITTER es mediante dispositivos mobiles.
- Redes en crecimiento y medio alternativo: Instagram, Pinterest y Waze

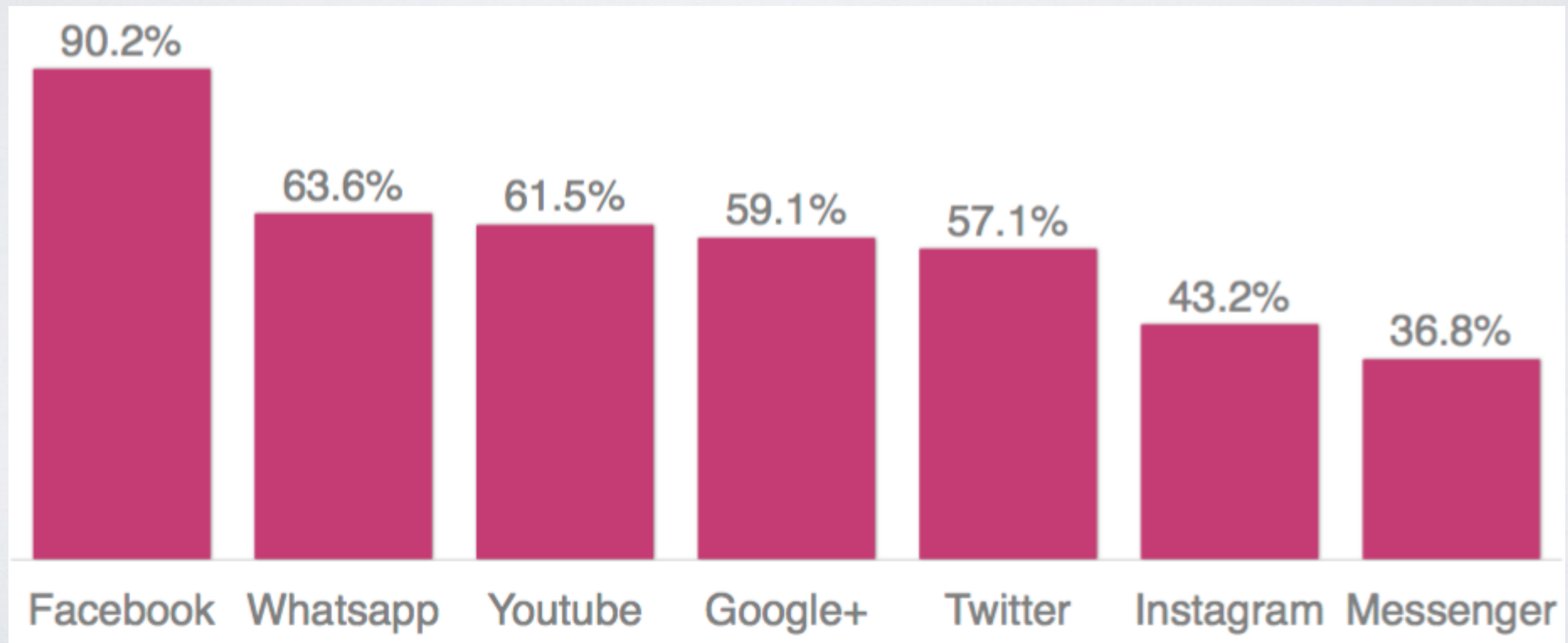
DATOS EN CENTRO AMERICA Y EL CARIBE

Cuando navegamos que hacemos



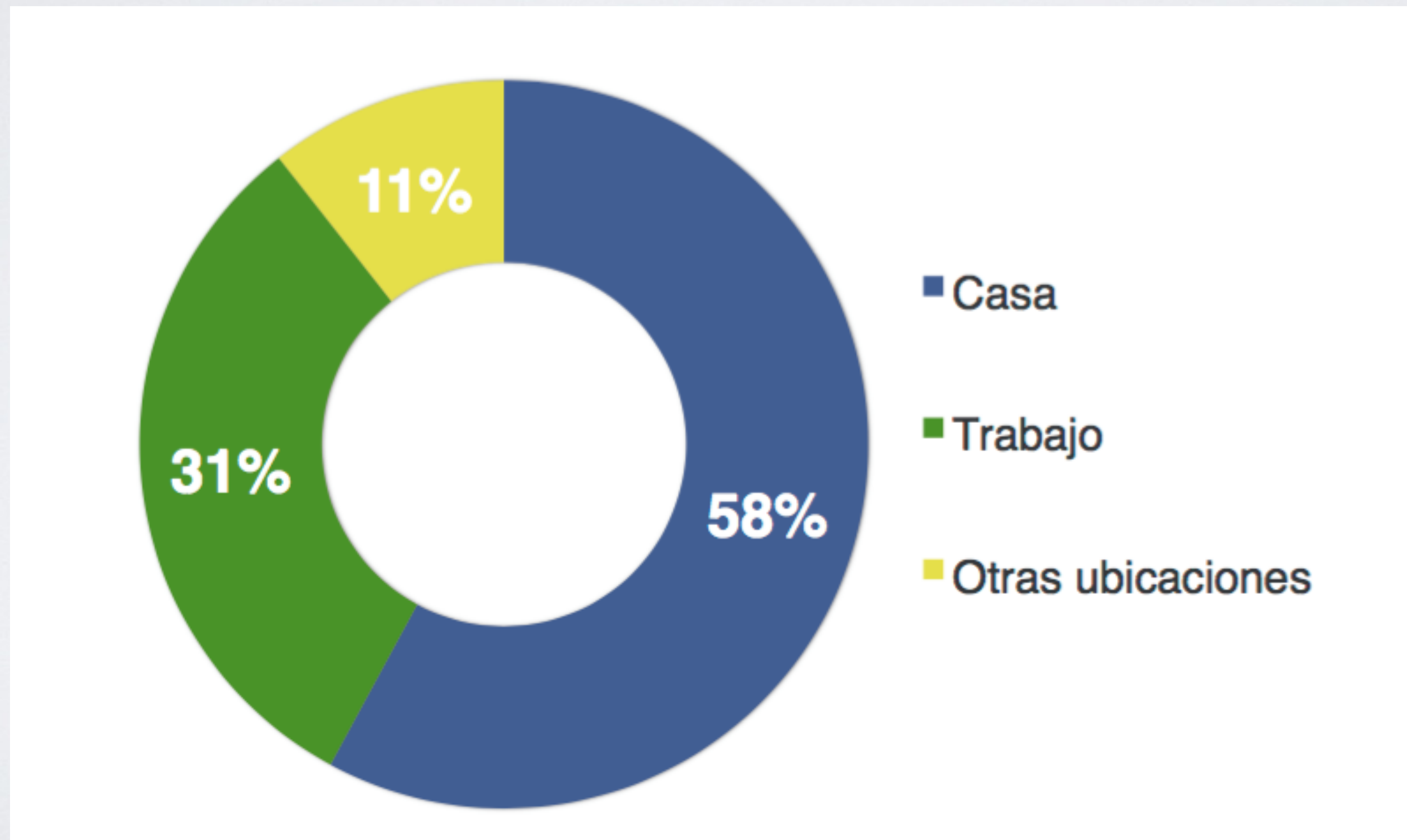
DATOS EN CENTRO AMERICA Y EL CARIBE

Redes Sociales con mayor cantidad de usuarios



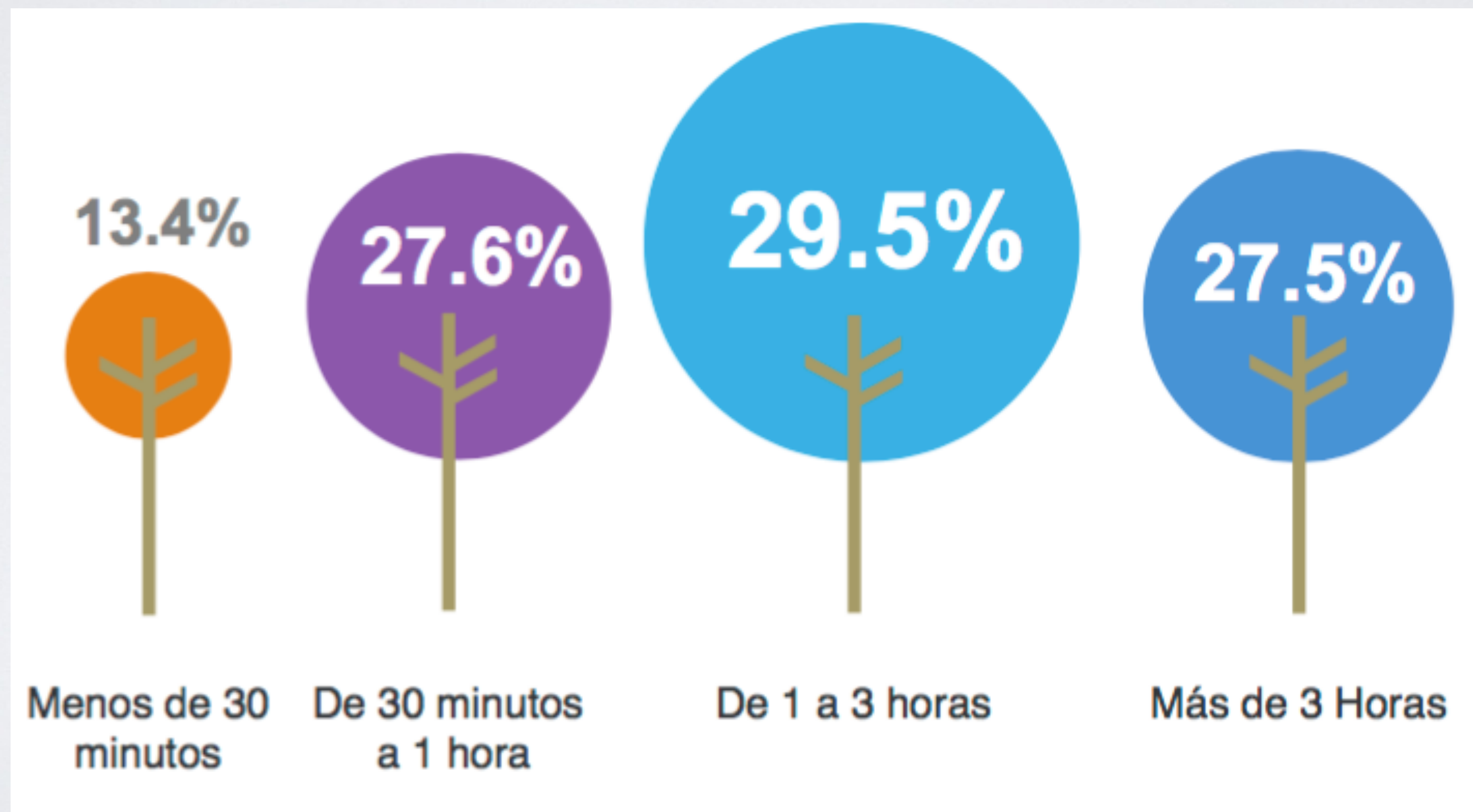
DATOS EN CENTRO AMERICA Y EL CARIBE

En donde se consultan las redes sociales



DATOS EN CENTRO AMERICA Y EL CARIBE

Cuanto tiempo le dedicamos a las redes sociales



POR QUE SON IMPORTANTES

- Diversidad en contenido.
- Contenidos relevantes.
- Permite **interactuar**.



QUIENES LAS USAN

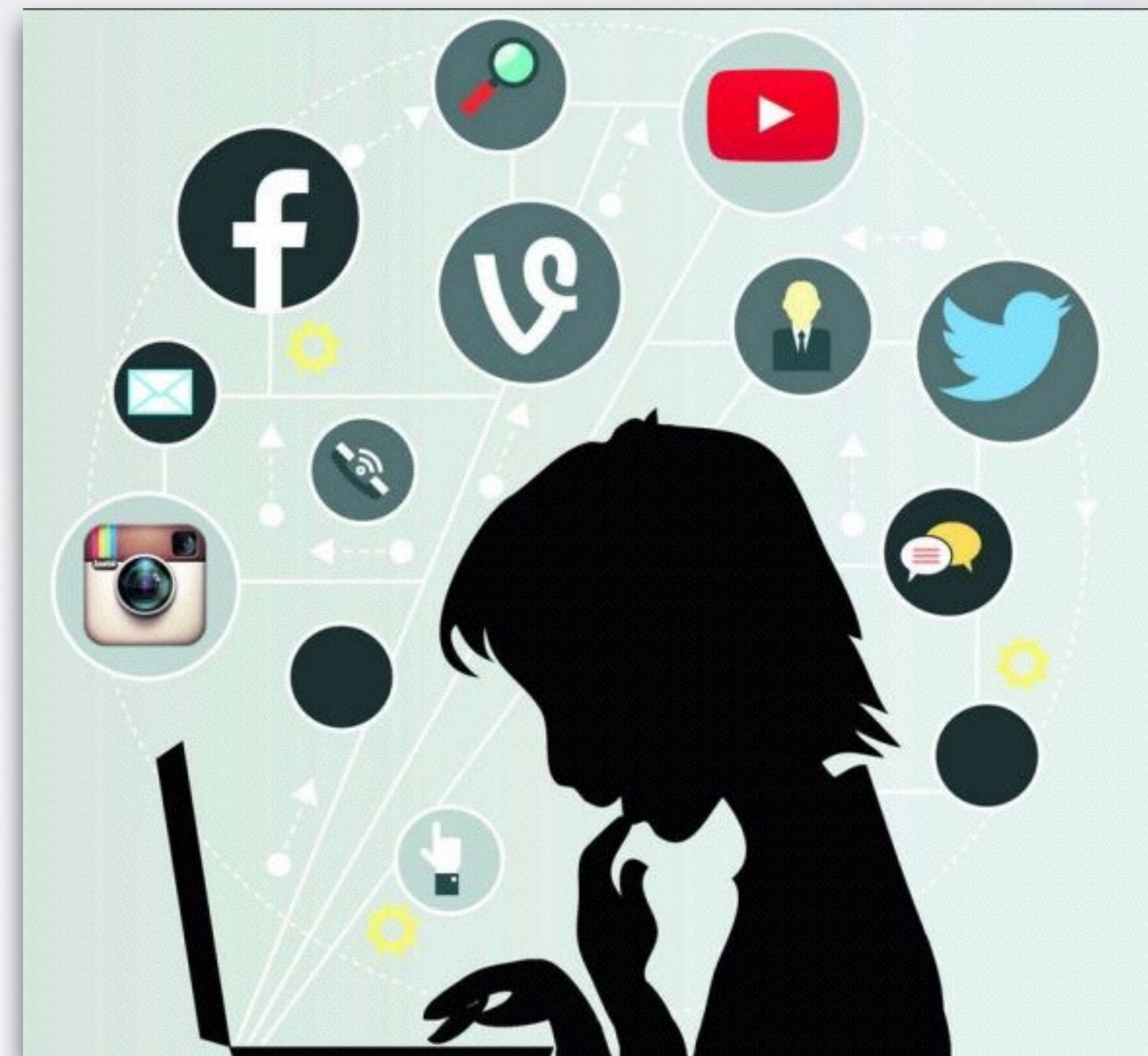
- Personas públicas.
- Organizaciones.
- Empresas.
- Pymes.
- Particulares.
- Otros.



PARA QUE SE USAN

El uso de las redes sociales varia de acuerdo a quien o para que. Pero las personas públicas o empresas las usan para:

- Comunicar.
- Dar a conocer **“Algo”**
- Informar.
- Vender.
- Atender al publico.



EL OBJETIVO A CAMBIADO!

- 78% de las personas confían mas en las recomendaciones de otras personas.
- Solo el 14% confían en la publicidad o comunicados tradicional.

Las marcas o personas públicas deben influir en las decisiones de los demás y generar recomendaciones de forma natural.



LAS REDES

- Cada red tiene su propio objetivo.
- Cada red tiene sus propios influenciadores y dependen de temas específicos.
- Cada red tiene sus propias crisis y comentarios.



**“El mundo de los 140
caracteres”**

CASO IMPORTANTE

Ice Bucket Challenge

- Fue una campaña que buscaba concientizar sobre la enfermedad de esclerosis lateral amiotrófica (ALS por sus siglas en inglés) y generar donaciones para la Asociación de Esclerosis Lateral Amiotrófica..
- Logró recaudar 31.5 de dólares.
- Recibió más de 637.527 nuevos donantes en la causa



LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE INFLUENCIA

Las redes sociales tienen el poder de **influir** y trabajar con **percepciones** para **fortalecer o debilitar** marcas, personas públicas, instituciones, proponer ideas o implantar conceptos en la mente de los personas.

Se debe entender los **deseos, necesidades y estilos de vida** de las personas para producir las conductas y reacciones que deseamos.

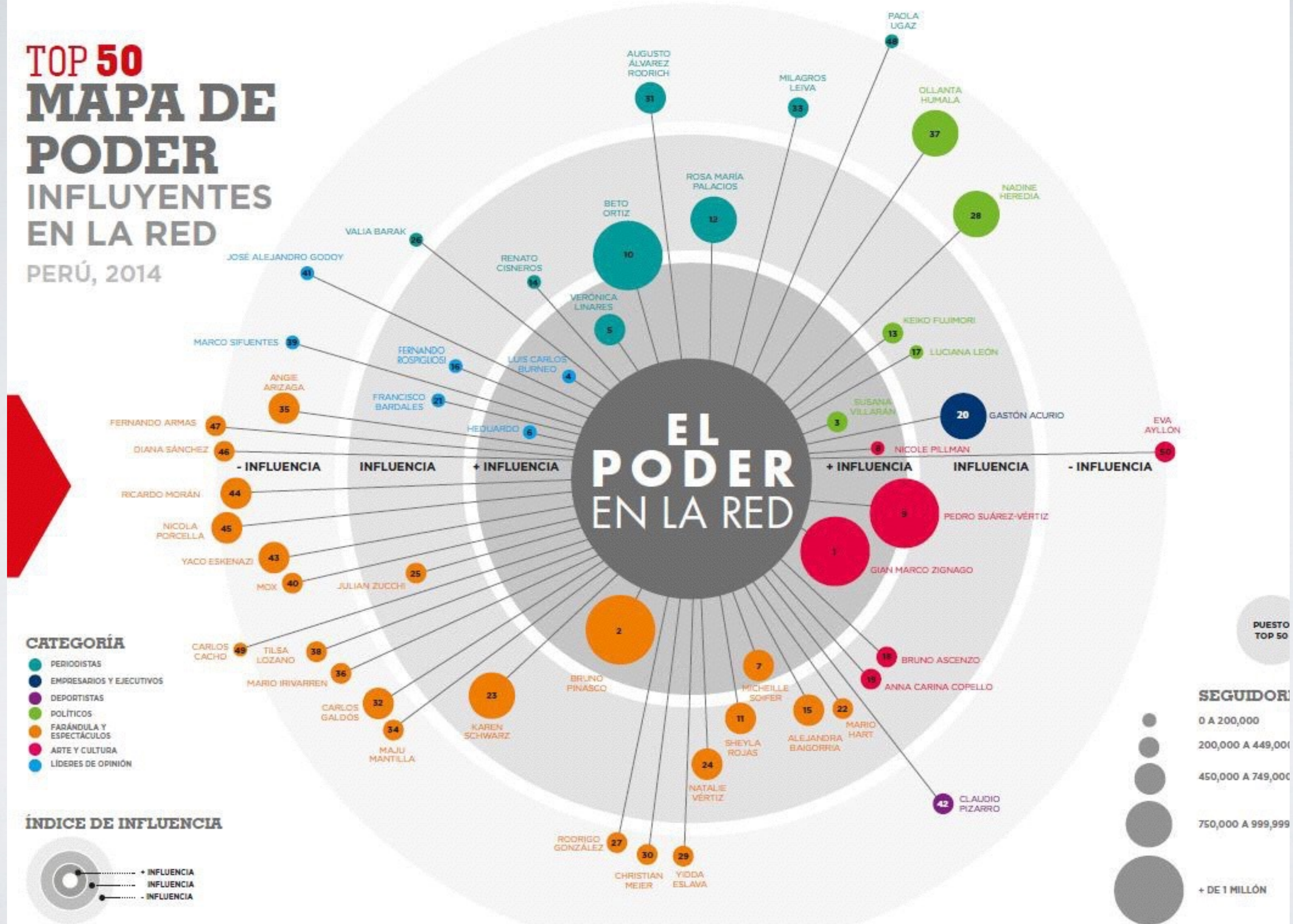
- Tendencias.
- Moda.
- Temas y más



MAPA DE INFLUENCIA

TOP 50 MAPA DE PODER INFLUYENTES EN LA RED

PERÚ, 2014



QUERO ESTAR EN REDES E
INFLUIR

TODO ES UN ECOSISTEMA

- Web.
- Blog.
- Redes Sociales.
- Atención al público por medio de este ecosistema.
- Este ultimo es el mas importante, ya que sin este, los comentarios negativos pueden originar crisis.



EL DICHO DE HOY!

Si no estas en redes sociales no existes.

- Es indispensable que las marcas o personas publicas estén en el ecosistema, nuestro publico cambio y evoluciono.
- Nuestra permanencia ya no es un periódico, una revista, la radio o un televisor.

¿Donde estamos?. Estamos en nuestro celular, computador, ipad o ipod.



PASOS A TENER EN CUENTA:

- Estar.
- Conversar.
- Contribuir con contenido original.
- Alcanzar contenido original.
- Vender ideas, conceptos, productos.
- Y lo mas importante escuchar.



PARA EL ÉXITO EN ESTE ECOSISTEMA

- Tener objetivos claros.
 - Manual de crisis.
 - Plan de contenidos.
 - Plan de pauta en Digital.
-
- Las claves de las redes sociales para organizaciones, personajes públicos no se conciben sin estos tres puntos: Compartir, crear, y **generar confianza, mucha confianza.**

CRISIS EN REDES SOCIALES

- Ninguna organización o personajes públicos es inmune a una crisis en redes sociales.
- Las compañías o personas públicas **NO** deben manejar sus cuentas en casos de crisis de redes sociales....!
 - Se debe ser objetivo y estar preparado en momentos de una crisis.



MUCHAS GRACIAS

