



¿QUÉ CONTENIDO ES EL MÁS RECOMENDABLE PARA MI NEGOCIO?

Las publicaciones son las llamadas de atención más directas que podemos hacer de forma gratuita como negocio, pero se deben planificar. Un *Social Media Plan* (SMP) es un calendario/plantilla de publicaciones, orientado al apoyo del cumplimiento de los objetivos establecidos en la estrategia de marketing de la empresa, pero desde las redes sociales corporativas.

Estas publicaciones son estrategias de marketing, marketing digital, únicamente enfocado en redes sociales, para cumplir objetivos dentro o fuera de ellas.

La figura que desarrolla estas estrategias es el *Social Media Manager*.

Esta figura combina conocimientos de marketing offline/online, comunicación, debe ser buen analista del perfil sociológico medio del cliente objetivo, tener capacidad analítica para decodificar los datos que arrojan las estadísticas de los canales sociales corporativos, y estar constantemente al día de los cambios y adaptaciones de las opciones de uso que vayan incorporando las plataformas sociales para los usuarios/empresas.

La mano ejecutora de las estrategias será el *Community Manager*, esta figura es la que gestiona la comunidad que se genera alrededor de los canales sociales creados por la empresa en diversas plataformas sociales. Será la persona responsable de las publicaciones, comunicaciones privadas y de alertar sobre picos relevantes de interacción de los usuarios, en caso positivo, con vistas a identificar un éxito y que el Social Media Manager pueda constatar o redirigir su estrategia, o alertar en caso negativo, y que los planes de contingencia en casos de crisis reputacional puedan ser activados lo antes posible.

Los contenidos más recomendables para un negocio dependerán del sector, pero todos pueden dividirse en tipos de contenido:

- 1 Tutoriales
- 2 Noticias
- 3 Videotutoriales
- 4 Encuestas
- 5 Guías
- 6 Newsletter
- 7 Nota Informativa Oficial (White Paper)
- 8 Listados
- 9 Entrada de autor/marca invitada
- 10 Podcast
- 11 Glosario de términos del sector
- 12 Webinar





LEGÁLITAS

- | | | | |
|----|------------------------------------|----|--------------------------------------|
| 13 | Consejos | 14 | Citas/frases relacionadas con sector |
| 15 | Nota de prensa | 16 | Gif |
| 17 | 'Making of' | 18 | Imágenes |
| 19 | Reseñas | 20 | Videos |
| 21 | Resumen de eventos | 22 | Videos en directo |
| 23 | Herramientas/utensilios del sector | 24 | Infografías |
| 25 | Preguntas frecuentes | 26 | Concurso/Sorteo |
| 27 | Entrevistas | 28 | Descuentos/Oferatas |

Planificar las publicaciones forma parte de la estrategia de contenidos, nos permite diversificar el contenido en el tiempo y espacio, favoreciendo que los algoritmos de las plataformas sociales premien esta estrategia con mayor alcance orgánico o posicionamiento en los resultados de búsqueda, y como punto fuerte y principal, entretiene al seguidor de la cuenta y lo fideliza.

Aconsejamos que estas comunicaciones cumplan la técnica 20/80, donde el 20% de las publicaciones pueden invitar al consumo de nuestros servicios/productos, y el 80% restante debe ser de interés, pero alejado de la intención de ofrecer servicios/productos.

Programar el contenido de las planificaciones puede ejecutarse desde la propia plataforma si hablamos de Facebook, o en caso de ser otras, como Instagram o Twitter, se puede utilizar un gestor de contenido externo, que publicará por nosotros en el día y momento que indiquemos a la herramienta de gestión.

Plataformas como LinkedIn, Vero, MeWe, Pinterest, etc, no cuentan con opciones de programación y exigen permanencia en la plataforma y atención puntual en cada paso del SMP.