

WEBINAR

¿Cómo hacer un plan de contenidos para tus Redes Sociales?



Daniela Salazar
Marketing Coordinator

¿Qué aprenderás?

- ✓ 1. ¿Cómo elegir la mejor red social para tu empresa?
- ✓ 2. Horarios y frecuencia de publicaciones
- ✓ 3. Tipos de contenido y formatos
- ✓ 4. Uso de hashtags

1.

¿Cómo elegir la mejor red social para tu empresa?

¿Quién es mi
cliente ideal?



Por ejemplo,

nuestro cliente ideal son:

***Empresas que ofrezcan Servicios de Seguridad Privada
que estén interesados en aumentar sus ventas.***



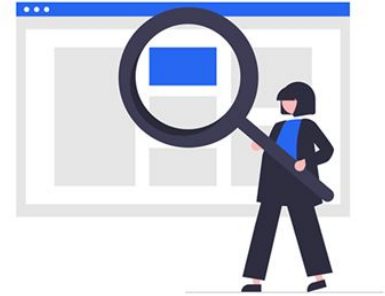
¿Cómo elegir la mejor red social para tu empresa?



1 Entiende el propósito de cada red social.



2 Investiga la red social más utilizada por tu público objetivo.



3 Averigua las plataformas utilizadas por tu competencia.

¿Cómo elegir la mejor red social para tu empresa?

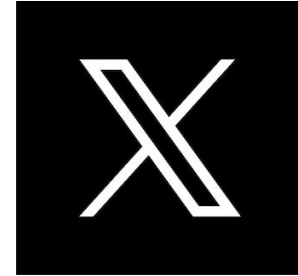
1 Entiende el propósito de cada red social.



- Para mantenerte en contacto con amigos y familiares.
- Compartir contenido.
- Participar en grupos y eventos.



- Centrada en lo visual
- Permite a los usuarios compartir imágenes y videos
- Aplicar filtros y efectos para mejorar su aspecto.



- Compartir pensamientos breves.
- Mensajes y enlaces con sus seguidores.
- Popular entre famosos para compartir noticias y opiniones.

¿Cómo elegir la mejor red social para tu empresa?



- Utilizada por profesionales para conectarse con otros profesionales
- Buscar o publicar ofertas de trabajo
- Promocionar productos y servicios.



- Centrada en los vídeos cortos con música y efectos especiales.
- Popular entre los jóvenes y los creadores de contenido.



- Basada en imágenes.
- Permite descubrir y guardar ideas.
- Moda, manualidades, decoración del hogar, recetas y más.

2 Investiga la red social más utilizada por tu público objetivo.



¿Cuál es el objetivo de tu empresa?

Dependiendo de tus objetivos, investiga y conoce dónde se encuentra tu audiencia para escoger apropiadamente.

¿Cómo elegir la mejor red social para tu empresa?



Si eres parte de la industria de la moda:



Debido a que el 93 % de los usuarios activos en Pinterest afirman que guardan las imágenes para luego comprar el producto.

Además, el 81 % de las personas que conforman Pinterest son mujeres.



Si tu compañía vende productos electrónicos



Ya que los usuarios dependerán de videos para entenderlos.

En este caso, YouTube será una excelente opción para crear videos que expliquen cómo funcionan, solo recuerda que debe ser contenido fácil de entender y relevante.



3 Averigua las plataformas utilizadas por tu competencia

- **Investigación en línea en motores de búsqueda**

Utiliza palabras clave

- **Enlaces en Sitio web**

Haz clic en íconos de redes sociales

- **Redes sociales directas**

Sigue las cuentas oficiales y examina la interacción y frecuencia de sus publicaciones.



¿Cómo elegir la mejor red social para tu empresa?

Una vez que entiendas el propósito de cada red social, podrás determinar cuál es la mejor para ti 😊

Espiar a tu competencia no es desleal, solo es una herramienta más que te ayudará a elegir la plataforma ideal. 🙌



2.

Horarios y frecuencia de publicaciones



Cada red social tiene tráficos distintos

Publicar estratégicamente en los momentos de mayor tráfico te ayudará a dirigir a las personas al contenido que estás compartiendo en redes sociales.



“Las mejores horas para publicar en redes”

Facebook

- Mejores días: lunes, miércoles y viernes.
- Mejor horario: entre 11 a. m. y 1 p. m.
- Peor día: domingo.

Instagram

- Mejores días: martes, miércoles y viernes
- Mejor horario: de 11 a. m. a 2 p. m.
- Peor día: domingo.

X (antes Twitter)

- Mejor día: viernes
- Mejor horario: a las 3:00 p. m.
- Peor horario: fines de semana.

LinkedIn

- Mejores días: martes y miércoles.
- Mejor horario: de 8:00 a. m. a 11:00 a. m.
- Peores días: lunes, sábado y domingo.

Pinterest

- Mejores días: viernes, sábados y domingos,
- Mejor horario: entre 8 y 11 p. m.
- Peor día: jueves.

TikTok

- Mejores días: martes y miércoles.
- Mejores horarios: de 4:00 a 10:00 a. m., de 2:00 a 6:00 p. m. y de 10:00 a 11:00 p.m.
- Peor día: domingo.



Best Times to Post on Social Media

Mondays

10 a.m. to noon

Tuesdays

9 a.m. to 2 p.m.

Wednesdays

9 a.m. to 1 p.m.

Thursdays

9 a.m. to noon and 2 p.m.

Fridays

9 to 11 a.m.

Data from Sprout Social include users from various plan types, industries and locations. All time frames are recorded globally, meaning you should be able to publish with the times provided in any timezone and see positive engagement results.

sproutsocial.com/insights

sproutsocial

Fuente: Sprout Social



the best time to post on every social media network	
Facebook	Monday at 10 AM PST
Instagram	Monday at 9 AM PST
Twitter	Friday at 9 AM PST
LinkedIn	Monday at 1 PM PST
TikTok	Sunday at 1 PM PST

Fuente: Hootsuite



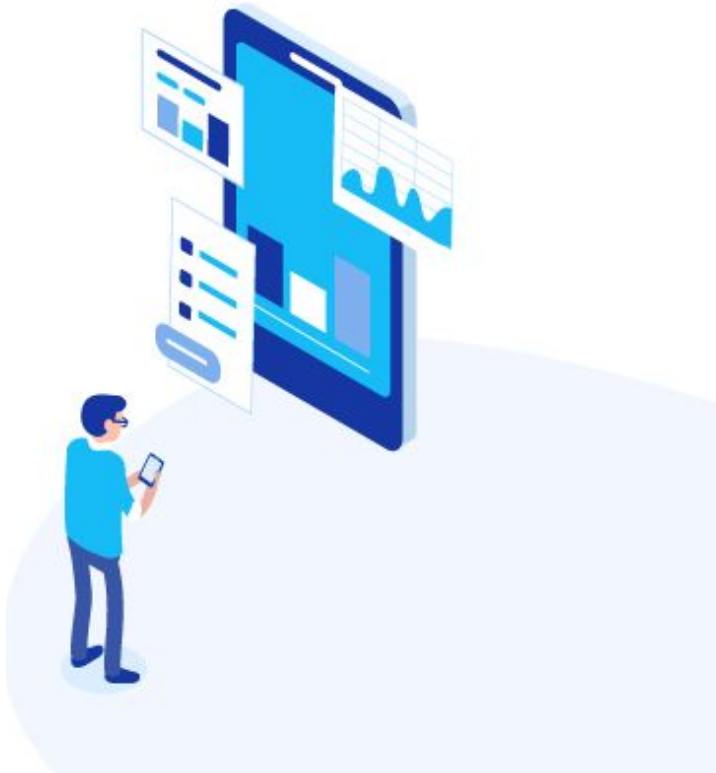
La frecuencia ideal es la que tu público vaya marcando en tus redes sociales.

Monitoréalos:

- Sprout Social.
- HubSpot.
- TapInfluence.
- BuzzSumo.
- Snaplytics.
- Curalate.

3.

Tipos de contenido y formatos



Contenido Digital:

Todo lo que ves/consumes en Internet es un tipo de contenido digital.

El principal objetivo de cualquier contenido es comunicarle algo a un público específico.

TIPOS DE CONTENIDO

Fast Content



Slow Content

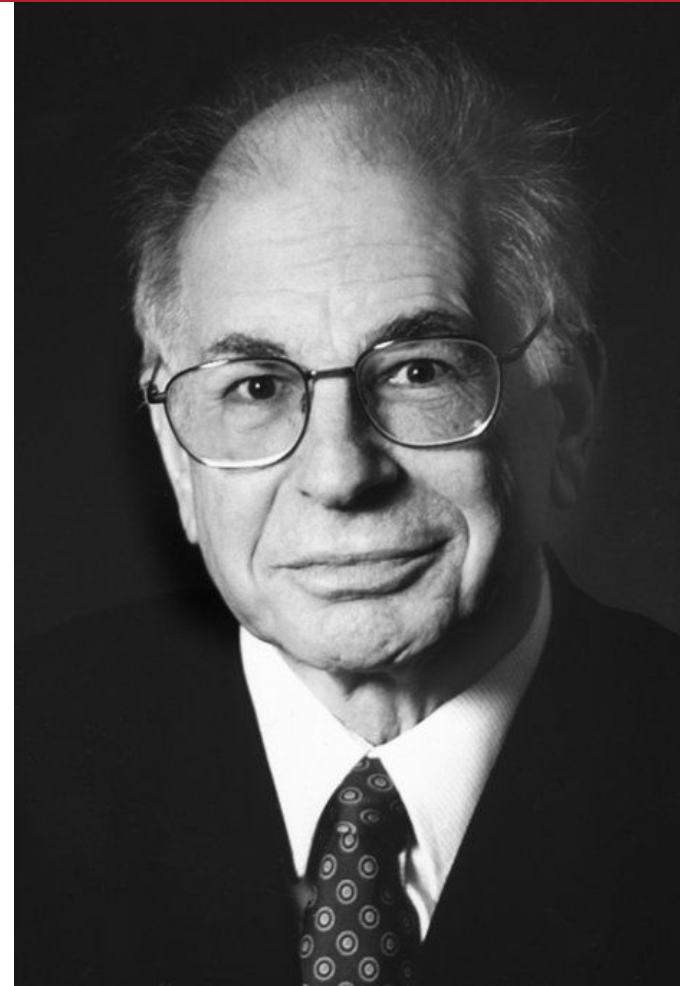


El psicólogo y economista Daniel Kahneman planteó dos sistemas relacionados con la toma de decisiones:

- 1.- Opera de forma automática, con poco o ningún esfuerzo.
- 2.- Asigna mayor atención y concentración a actividades mentales que así lo exigen.

Esto también tiene un espacio en el ámbito del marketing de contenidos:

Fast content y Slow content.



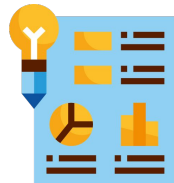
Tipos de contenido y formatos



Videos



Imágenes



Infografías



Blogs



Newsletters



Plantillas



Checklist



Podcast



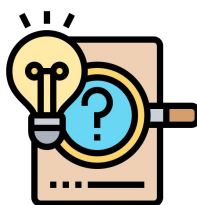
Webinars



Ebooks



Revistas digitales



Estudios e investigaciones



Herramientas o aplicaciones

4.

Uso de hashtags

#Hashtags

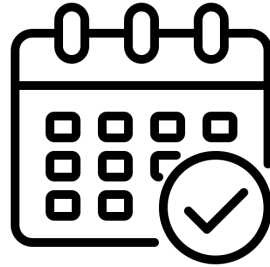
Su función es: aumentar mucho la visibilidad de tu contenido y llegar a personas interesadas en el tema.

- Debe estar acorde al tema del contenido.
- Busca hashtags que tengan alto volumen de interacción y que concuerde con tu tema.
- Puedes crear un hashtag propio para tu marca o algún evento como estrategia de marketing.
- Cuando las personas comienzan a usarlo, interactúan directamente con tu marca y aumenta la posibilidad de convertirse en clientes.

Malas prácticas del uso de hashtags

- no exageres de hashtags
- no utilices muchas palabras en un mismo hashtags
- cuida la ortografía
- no utilices un hashtags para cada palabra





Ejemplo de planeación de contenido:

[Ir al ejemplo](#)

Establece pilares de comunicación

2 o 3 temas de los que vas a estar hablándoles, no puedes hablar de todo porque te verás poco experto, pero tampoco muy poco porque se volverá monótono y aburrida.

BONUS

Herramientas para programar contenido

HubSpot



metricool



buffer



Zoho
Social

Ronda de preguntas

www.ventaseguridadprivada.com



Suscríbete al siguiente Webinar

5 maneras en las que usamos la inteligencia artificial en Segads

Completamente gratis

Martes 27 de Febrero 2024

1:00 pm

Inscríbete aquí:

<https://meet.zoho.com/lb1xRGzQeV>

Síguenos

en nuestras redes sociales y mantente al tanto de cómo aplicar el marketing digital en tu Empresa de Seguridad.



/agenciasegads



/agenciasegads



/company/segads

Contáctanos



+55 1232 7973