

MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

¿Cómo comercializo?



RED PARA LA AUTONOMÍA DE LA MUJER

¿Qué es PRODEMU?

La Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Mujer - PRODEMU - pertenece a la Red de Fundaciones de la Presidencia de la República de Chile. Fue fundada el 28 de noviembre de 1990.

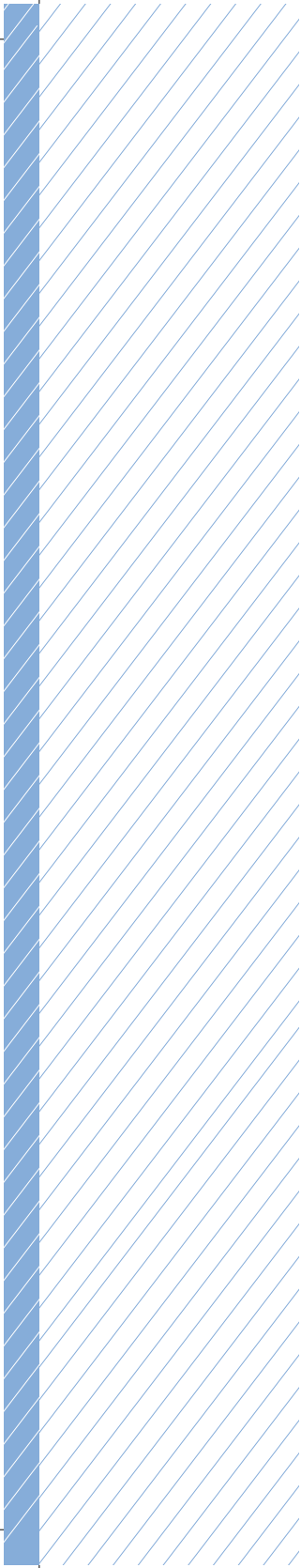
PRODEMU se constituye como la primera institución del Estado que recoge las necesidades, requerimientos y demandas de las mujeres en Chile, desde el retorno de la democracia; con el objetivo de facilitar su participación, organización y desarrollo integral, promoviendo su empoderamiento e impulsándolas a alcanzar una mejor calidad de vida. Se convierte, desde sus inicios, en un actor clave y agente de cambio para alcanzar la equidad de género en nuestro país.

PRODEMU tiene presencia y sedes a lo largo de todo Chile, en las 16 regiones y 54 provincias, y anualmente trabaja con más de 60.000 mujeres, apoyándolas en el fortalecimiento de su autonomía en los ámbitos físicos,

económicos y para la toma de decisiones.

Al cumplir 30 años de existencia, PRODEMU quiere hacer un reconocimiento a todas y todos quienes forman y han formado parte de esta Institución, por su gran compromiso en avanzar hacia la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, como también, hacer un reconocimiento a las mujeres que han acompañado su desarrollo a través de esta Red para la Autonomía de la Mujer.

En el marco de esta celebración, ponemos a disposición la presente cartilla como parte del esfuerzo de nuestra institución para colaborar en la toma de decisiones de las mujeres, en base a información vigente y fidedigna respecto a sus derechos y la forma de ejercerlos para que alcancen una verdadera autonomía.



¿Cómo funciona la Red PRODEMU para la Autonomía de la Mujer?

La Red está compuesta por PRODEMU y las mujeres que participan de su oferta programática, quienes trabajan en colaboración con actores públicos y privados en todas las regiones y las 54 provincias en que PRODEMU está presente.

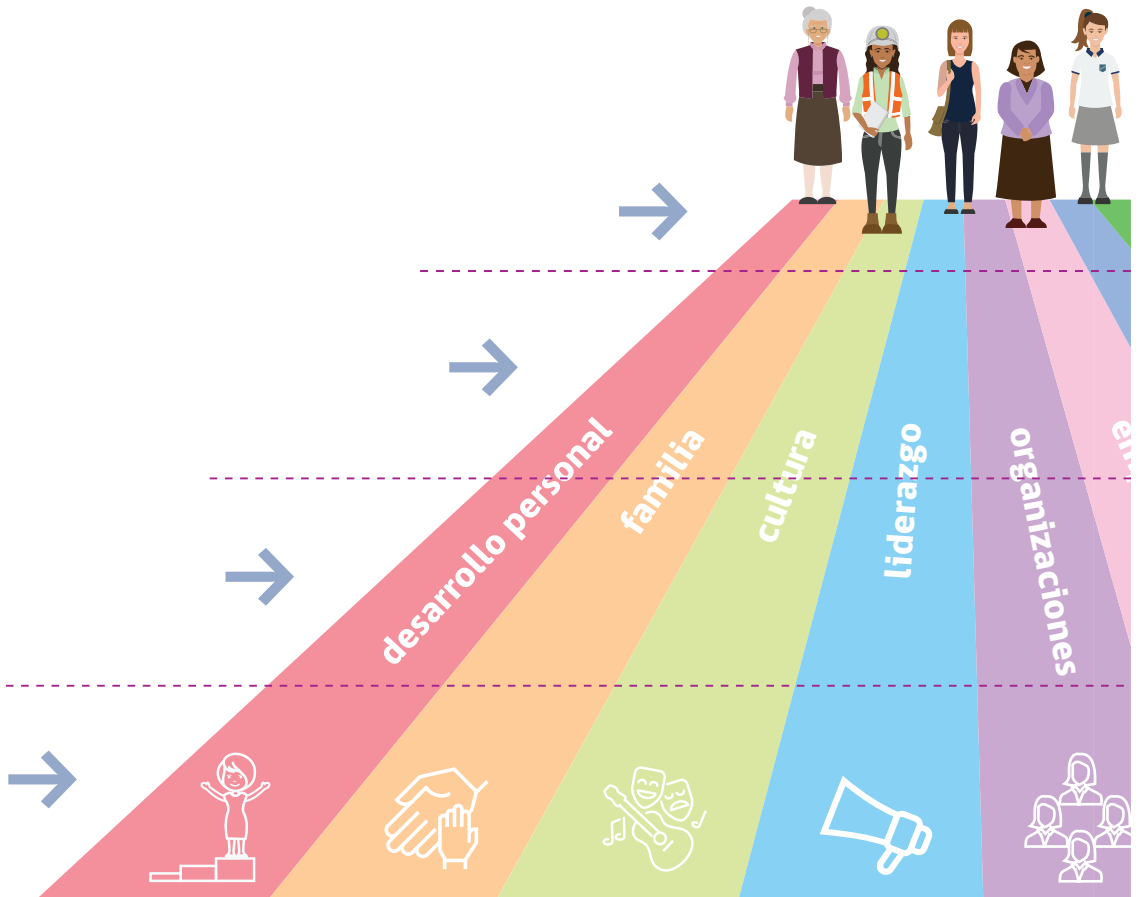
A través de la Red, se acompaña a las mujeres en su proceso de empoderamiento para que ellas puedan tomar decisiones de manera libre e informada, mediante el desarrollo de un plan de vida que permite identificar las oportunidades que su entorno les presenta.

Como parte del espacio de información, PRODEMU asume el compromiso de abrir instancias para las mujeres de acceso a la información y fomentar la toma de buenas decisiones.

Por eso presentamos la cartilla **“Marketing digital y Redes Sociales: ¿Cómo comercializo?”**.

RED PARA LA AUTONOC

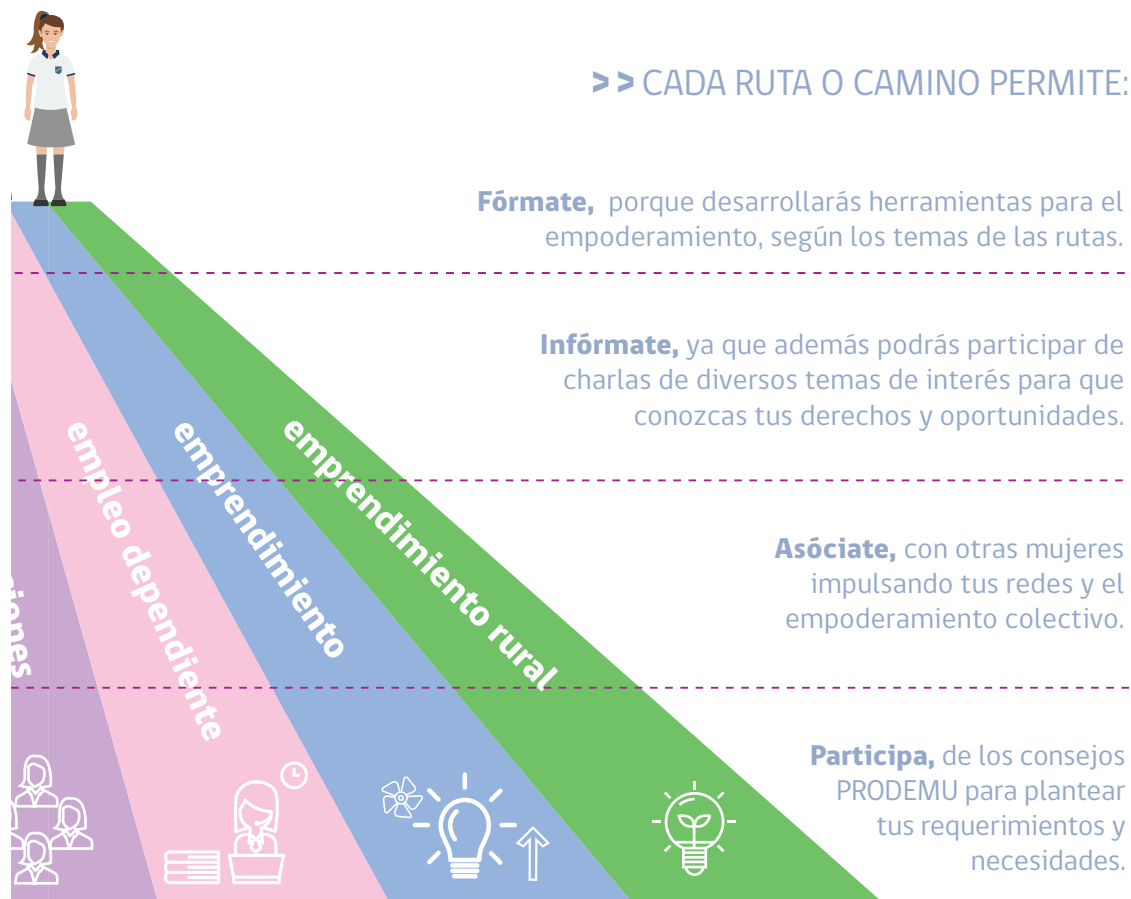
8 CAMINOS PARA EL DESA



Al finalizar una ruta tendrás más herramientas para identificar las oportunidades y
la construcción de un mapa de oportunidades personal. **Más información**

ONOMÍA DE LA MUJER

DESARROLLO DE LA MUJER



...as posibilidades que brinda tu entorno, mediante la
...rmación, más empoderamiento, más autonomía.

¿Cuáles son nuestras rutas?

Desarrollo Personal

Contribuye a tu proceso de empoderamiento y conoce tus competencias personales en espacios de diálogo.



Familia

Contribuye a tu proceso de empoderamiento, mediante el reconocimiento y valoración de la comunicación, buen trato, corresponsabilidad familiar y prevención de la violencia intrafamiliar (VIF).

Programa Apoyo a la Dinámica Familiar: contribuye al bienestar psicosocial de niñas y niños de familias, fortaleciendo las habilidades parentales de mujeres y hombres.

Cultura

Genera espacios de conversación y construcción de relatos de empoderamiento entre mujeres, a través de diversas expresiones artísticas: arte, música, literatura y teatro.



Liderazgo

Adquiere herramientas para el ejercicio de una dirigencia efectiva, democrática y con enfoque de género, fortaleciendo tu liderazgo.

Organizaciones

Potencia tu organización y adquieres conocimientos sobre género, asociatividad y ciudadanía, fortaleciendo tus habilidades organizacionales.



Empleo Dependiente

Desarrolla competencias de empleabilidad y proyección para la inserción laboral dependiente. Participa de nuestras capacitaciones en oficios.

Emprendimiento

Emprende Idea: Adquieres Habilidades para iniciar tu emprendimiento, más capital PRODEMU.

Emprende Avanza: Adquieres Herramientas Técnicas para mejorar tu negocio, más capital PRODEMU.

Emprende Innova: Adquieres Herramientas para visibilizar tu negocio, más capital PRODEMU.

Programa Desarrollo de Competencias

Laborales: Adquieres competencias básicas de empleabilidad, capacitación en oficio e intermediación laboral.



Emprendimiento Rural

Programa Mujeres Rurales: Programa asociativo orientado a mujeres campesinas y/o pequeñas productoras agrícolas. Incluye capacitación en empoderamiento, gestión de emprendimiento y desarrollo organizacional.

Introducción

Chile tiene cerca de 15 millones de usuarios en internet (Hootsuite, 2019) y el 93% de ellos son usuarios activos en redes sociales, de los que 13 millones acceden desde sus teléfonos móviles para visitar sus perfiles en redes sociales. De ellos, 13 millones utilizan activamente Facebook y 7 millones Instagram.

Según Instagram (2019), el 80% de los usuarios sigue a un perfil de empresa o negocio y el 30% de los usuarios compra un producto que ve por primera vez en la aplicación. La realidad en Facebook no es tan distinta, ya que es la red social más masiva a nivel mundial y nacional, con 65 millones de negocios locales que se encuentran activos utilizando esta red social como canal de conexión con sus clientes, de los cuales un 83% paga por publicidad con la finalidad de llegar a nuevos públicos.

Claramente, subirse al “carro tecnológico” resulta clave, ya que permite a las emprendedoras/es difundir su negocio y comunicarse de manera activa con diversos

clientes o potenciales clientes a lo largo del territorio nacional, sin importar el día u hora que sea. De esta manera, la emprendedora debe pensar en digital y específicamente, pensar desde el teléfono celular, ya que actualmente desde allí se interactúa con el cliente. Por ello, el desafío es incorporar nuevas formas de relacionarse y de comunicar sus productos y servicios en estas nuevas plataformas sociales.

Emprender requiere de conexión con el entorno, conocer qué desea el cliente, dónde lo encuentre y cómo el emprendimiento resuelve una necesidad. Y esto se relaciona con los cambios que se han generado al momento de entender la venta, dejando de ser una transacción, sino que se entiende como un proceso relacional, donde las redes sociales y las nuevas tecnologías permiten a la emprendedora acortar kilómetros y horas, pudiendo estar en lugares que no conoce. Por ejemplo, una emprendedora de Santiago que no conoce Punta Arenas puede conectarse con clientes de allá y realizar ventas en aquella región.





En este contexto, la invitación es a atreverse, a perder el miedo al uso de redes sociales como herramienta de comunicación y validación de las necesidades del cliente, y también como facilitador de ventas para llegar de mejor manera a diferentes públicos y aumentar las ventas. Estar en redes sociales permite vender más y conectarse con potenciales clientes a los que presencialmente no llegarían.

No obstante, se debe mencionar que las redes sociales no fueron creadas para vender. Es labor de la emprendedora comunicar qué vende a sus clientes o potenciales clientes, creando una estrategia de marketing en redes sociales ya que allí está la clave del éxito. Es por eso, que a continuación entregaremos todo tipo de tips y consejos para sacarle el mayor provecho a las redes sociales.

Caja de conceptos

Marketing Digital

Corresponde a la aplicación de estrategias de comercialización y difusión de un negocio, pero con la particularidad de ser llevadas a cabo en los medios digitales como redes sociales, diarios digitales, blogs, página web, entre otros. De esta manera, todas las técnicas del mundo físico son imitadas y traducidas a un nuevo mundo: el digital.

Medios Digitales

Medios informativos o de entretenimiento que se consumen, crean, modifican y se distribuyen a través de dispositivos electrónicos digitales como computadores, tablets o celulares. Pueden ser periódicos, revistas, blogs, foros o redes sociales.

Redes Sociales

Sitios web o aplicaciones que permiten a los usuarios crear y compartir contenidos, participando así en una red con otros usuarios conocidos o por conocer. Ejemplos: Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter.

Página de Facebook o “Fan Page”

Corresponde al perfil de una marca u organización en Facebook, que tiene como objetivo poder interactuar con los distintos públicos que usan la red social. En el caso de una emprendedora, debe interactuar con clientes y potenciales clientes. Sirven para comentar experiencias, mostrar productos, coordinar ventas y crear contenido valioso para sus clientes.

Publicaciones o “Post”

Se llama “post” a cada uno de los contenidos subidos a las redes sociales, como por ejemplo las fotos, videos, textos, comentarios, enlaces a alguna página web, etc.

Seguidores o “Fans”

Son los usuarios que han indicado que le gusta tu perfil en redes sociales, principalmente Facebook e Instagram. Las personas tienen “amigos” en redes sociales y los negocios tienen fans o seguidores.

Contenido viral

Contenido que se masifica rápidamente en redes sociales de manera fugaz y llega a muchísimos usuarios. Pueden ser creados por agencias de publicidad con esa intención, como también, pueden ser subidos a la web como una broma y se masifican. Los casos más comunes son los videos de caídas, accidentes o acciones graciosas que la gente realiza.

Historias de Instagram o “Stories”

Son publicaciones o “post” que se hacen en Instagram en forma de foto o video pero que tienen la particularidad de solo durar 24 horas y luego borrarse. Adicionalmente, los usuarios pueden incorporar textos, emoticones, dibujos y stickers. Por lo general, tienen un mayor alcance que las publicaciones permanentes en el perfil de la persona.

Contenido Spam

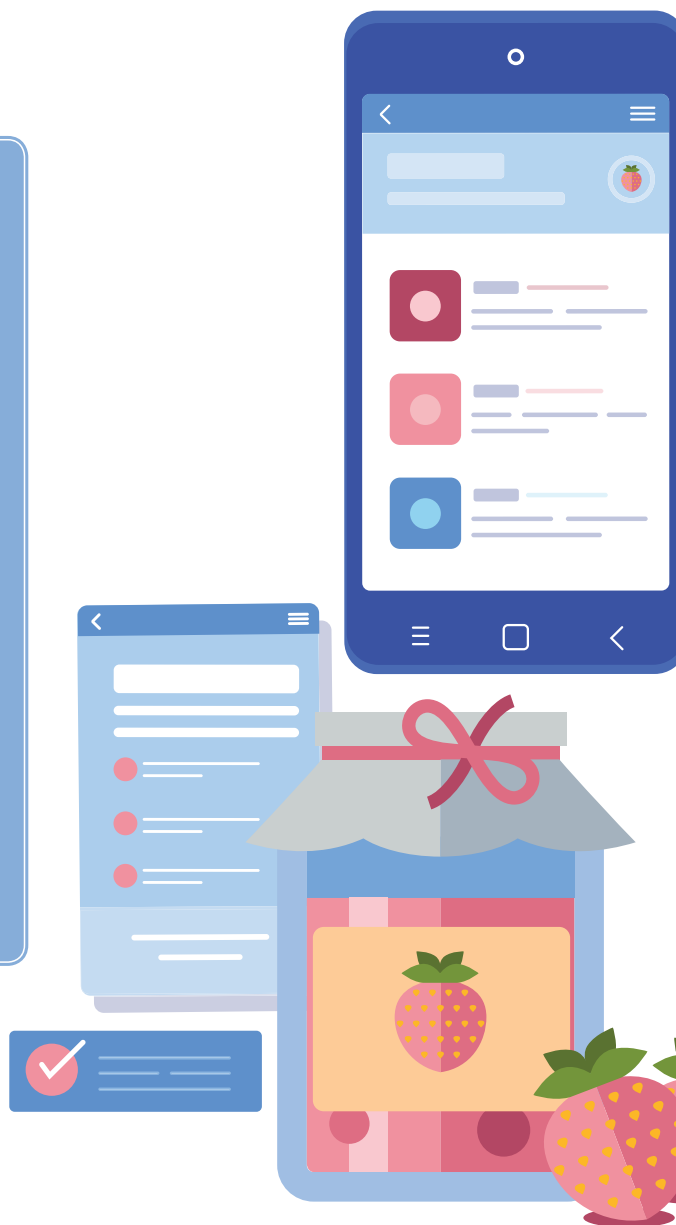
Es el contenido no deseado que llega a los mails o correos electrónicos y que por lo general van dirigidos a muchísima gente teniendo un sentido comercial. En redes sociales, el concepto cambia y se utiliza “spam” para referirse a contenidos molestos. Por ejemplo, los comentarios repetitivos en una publicación o de publicidad de una marca, los mensajes no deseados en la página de Facebook o las cadenas de WhatsApp.

Preguntas y respuestas

¿Cuáles son los pasos a seguir para comercializar por internet y realizar marketing digital?

A continuación te entregaremos diversos consejos y pasos para que puedas comercializar tus productos y/o servicios en redes sociales. En general, lo que debes tener en consideración es:

- * Definir imagen del negocio o marca
- * Evaluar en cuáles redes sociales se mueven tus clientes
- * Crear un usuario o cuenta en la/s redes sociales elegidas
- * Comenzar a realizar estrategias de marketing digital
- * ¡Concretar ventas!





¿Cuáles son los pasos a seguir para comercializar por internet y realizar marketing digital?

Definir una imagen para tu emprendimiento permitirá que la gente lo recuerde más fácilmente, ya sea por el logo, los colores o el slogan. Igualmente, permite relacionarlo a conceptos o ideas, por tanto resulta muy útil partir por hacer una lluvia de ideas sobre qué representa tu marca y luego englobarlas en una temática para definir la imagen.

Algunos consejos para definir la imagen de tu marca son:

- * Conocer a tu cliente. Identificar su perfil, edad, locación, gustos, etc. Esto ayudará a definir la imagen que quieres proyectar con tu marca: ecológico, casero, saludable, amigable, serio, formal, entretenido, juvenil, etc.

- * Elegir colores representativos de la marca para diseñar el logo. Por ejemplo, si la imagen que quieres proyectar es ecológico y saludable, puedes usar tonalidades verdes. Estos colores se deben observar en todas tus redes sociales e insumos que realices para dar a conocer tu negocio, como logo, tarjetas de presentación, stickers, envoltorios, etc.

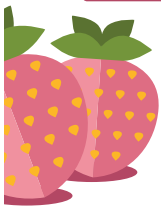
- * Analizar cuál será el mensaje que deseas comunicar, algo muy similar a la imagen que deseas proyectar. Es recomendable crear contenido que vaya más allá de vender, ya que hoy el contenido que resulta atractivo también logra educar.

- * Preguntarse cómo deseas que tu negocio hable. ¿Será un negocio directo y cercano, que "tutee" a los clientes o será una marca más formal que se relacione desde el Usted?

- * Definir un tipo de letra o tipografía para ocupar en el logo, sticker y resto de productos que uses con la imagen de la marca. Debe ser una tipografía que represente a tu marca.



Mermeladas



¿Cuáles son las principales redes sociales que los emprendimientos usan para comercializar sus productos o servicios?

Las redes sociales más populares en Chile son **Facebook** e **Instagram** con 13 y 7 millones de usuarios respectivamente. Al ser las más masivas, las emprendedoras tienen la misión de reconocer en cuál red social se encuentran sus clientes. Por ejemplo, los productos para recién nacidos son más populares en Instagram ya que la edad promedio de los usuarios es menor, mientras que si los clientes son personas mayores a 40 años, es más probable que se encuentren activamente en Facebook.

Por eso, resulta muy importante definir quién es tu cliente y caracterizar su perfil, ya que en base a eso se debe elegir en qué red social se creará contenido que atraiga a dicha persona. En caso de no tener bien identificado el perfil del cliente, se puede estar tanto en Facebook como Instagram, considerando dedicarle tiempo a ambas y generar el mismo contenido para las dos redes sociales.



¿Qué beneficios puedo tener al llevar mi emprendimiento a las redes sociales?

Al llevar tu emprendimiento a las redes sociales puedes:

- * Conectarte de manera gratuita, rápida y efectiva con diferentes públicos de diferentes edades, lugares e intereses.
- * Llegar con tu emprendimiento a clientes o potenciales clientes donde el marketing tradicional no llega.
- * Hacer publicidad de manera gratuita. Hoy el territorio no tiene límite gracias a internet y estos nuevos medios digitales de comunicación permiten democratizar la publicidad y aumentar las ventas de muchas emprendedoras.
- * Obtener información y datos relevantes sobre tu negocio o clientes, como la edad, lugar en que se encuentran, qué gustos tienen, etc.
- * Dar a conocer tu emprendimiento en diferentes grupos de personas.
- * Crear una “vitrina virtual” de tus productos o servicios.
- * Establecer contacto directo con clientes y coordinar encargos o ventas a otras localidades.

¿Cómo creo una página de Facebook o cuenta de Instagram?

Tanto en el caso de Facebook como Instagram, es necesario contar con un correo electrónico para poder crear un usuario en la red social elegida. Existen múltiples opciones gratuitas, como Gmail, Hotmail, Yahoo u Outlook. Por lo general, es bastante simple y sólo debes entrar a la página web del correo que elijas crear y llenar los datos solicitados. Tras eso, estarás en condiciones de registrarte en Facebook e Instagram.

Por eso, resulta muy importante definir quién es tu cliente y caracterizar su perfil, ya que en base a eso se debe elegir en qué red social se creará contenido que atraiga a dicha persona. En caso de no tener bien identificado el perfil del cliente, se puede estar tanto en Facebook como Instagram, considerando dedicarle tiempo a ambas y generar el mismo contenido para las dos redes sociales.

Facebook

Para crear una página de Facebook debes seguir los siguientes pasos:

Paso 1

Entrar a la página web de Facebook en **www.facebook.com**. Se recomienda entrar desde un computador antes que un celular, sin embargo la página se puede crear desde ambos.

Paso 2

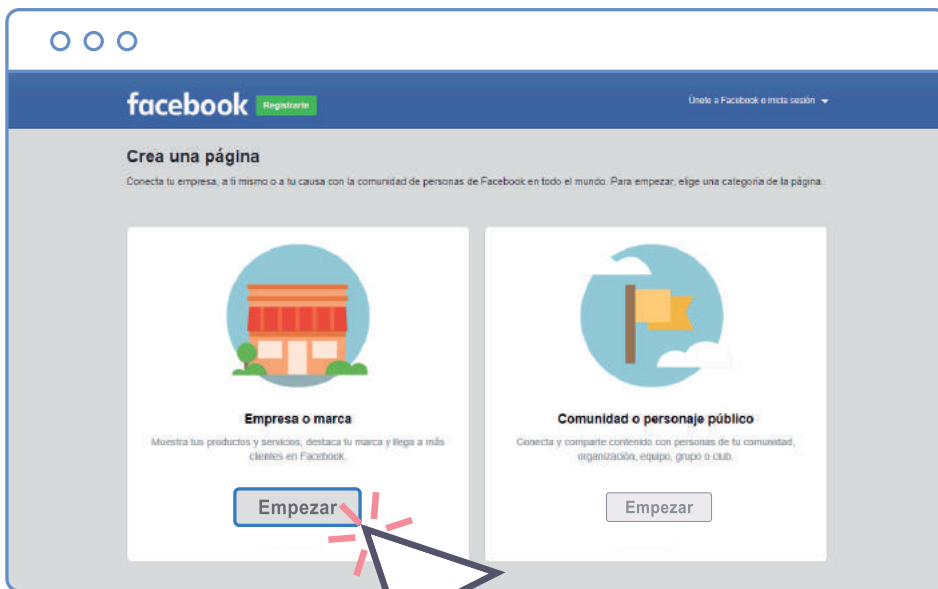
En el inicio, apretar donde dice **“Crear una página”**.



The image shows a screenshot of the Facebook website's registration page. At the top, there are three browser window control buttons (red, yellow, green) and the Facebook logo. To the right of the logo are input fields for 'Correo electrónico o teléfono' and 'Contraseña', with an 'Iniciar sesión' button and a link for '¿Olvidaste tu cuenta?'. The main heading is 'Abre una cuenta' with the subtext 'Es rápido y fácil.'. Below this are several input fields: 'Nombre' and 'Apellido', 'Número de celular o correo electrónico', and 'Contraseña nueva'. There is a 'Fecha de nacimiento' section with a date picker set to '24 sep 1994' and a 'Sexo' section with radio buttons for 'Mujer', 'Hombre', and 'Personalizado'. A green 'Registrarte' button is at the bottom. A callout bubble with a mouse cursor points to the text 'Crea una página p o un negocio.' which is underlined in red. Below the registration form, there is a small note: 'Crea una página para un personaje público, un grupo de música o un negocio.'

Paso 3

Seleccionar el tipo de página que quieres crear, apretando **“Empezar”** en **“Negocio o Marca”**.



Paso 4

Acceder a Facebook con tu cuenta o en caso de no tener aún, seleccionar **“Crear cuenta nueva”**.



Paso 5

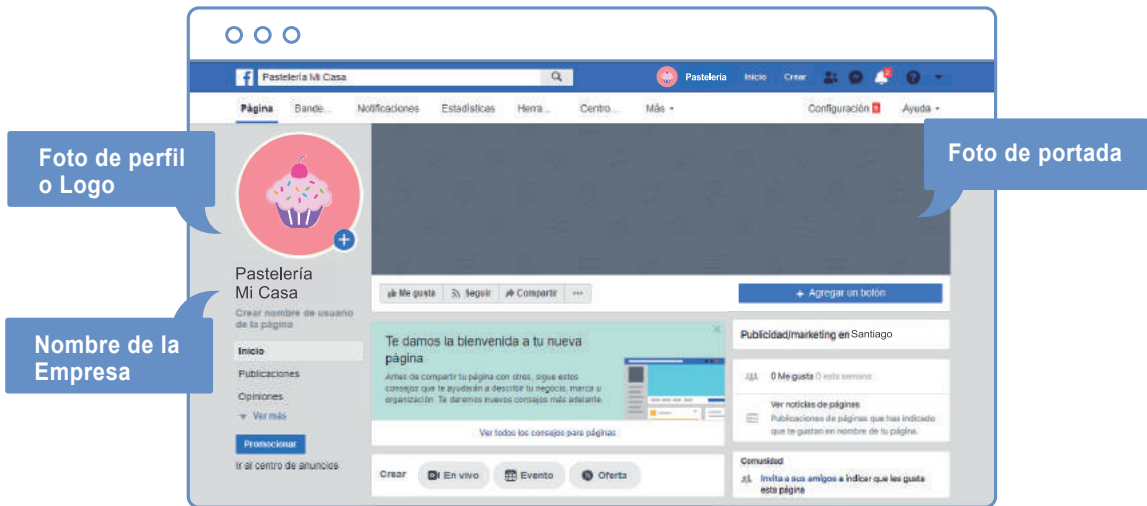
Una vez que ya se ingresó a Facebook y se escogió crear un **“Negocio o marca”**, ingresar el nombre que se la dará a la página y la categoría de ésta. Lo ideal es que el nombre sea el nombre del emprendimiento o marca. En el caso de la categoría, es importante ingresar la más adecuada y que describa mejor la página, ya que la que selecciones te ayudará a estar presente en las búsquedas más relevantes de los usuarios. Una buena opción puede ser seleccionar **“negocio local”**.

Paso 6

Rellenar toda la información que solicita la red social, como dirección y teléfono de contacto, entre otros. Si no tienes sitio web, no importa, igualmente puedes continuar.

Paso 7

Completar tu página seleccionando una foto de perfil y de portada. Sugerimos cargar el logo del emprendimiento o la foto que más represente tu negocio como foto de perfil. Si no sabes cómo ajustar la imagen, la página web www.canva.com puede ser de gran ayuda para diseñar una excelente foto de perfil.



Paso 8

Facebook te recomendará que invites a amigos a indicar que les gusta tu página. Es importante que lo hagas ya que las páginas que tienen 10 o más "me gusta" generar mayor interacción. Es importante que trates de identificar entre tus amigos tu perfil de cliente, de tal manera que la gente que siga tu página sean potenciales clientes.

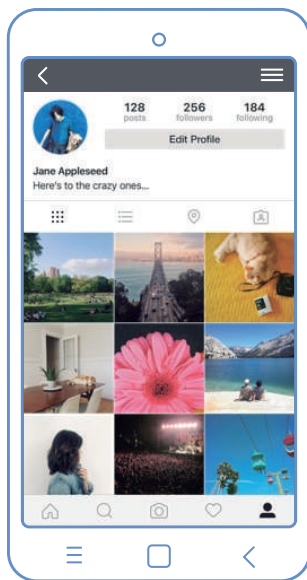
Paso 9

En el menú izquierdo de tu página selecciona **"información"** y termina de completar los datos de tu negocio incorporando la descripción de la página, correo de contacto, sitio web, entre otros. y porque no, subiendo una primera publicación.

Paso 10

Ya es posible comenzar a utilizar tu página como un canal de contacto con tus clientes. **¡Te invitamos a que comiences por subir la primera publicación!**

Instagram

A screenshot of the Instagram login and registration page. At the top is the Instagram logo and the text "Regístrate para ver fotos y videos de tus amigos." Below this are two options: "Iniciar sesión con Facebook" (highlighted with a red dashed box and labeled "Opción 1") and "¿No tienes una cuenta? Regístrate" (highlighted with a red dashed box and labeled "Opción 2"). The registration form includes fields for "Número de celular o correo electrónico", "Nombre completo", "Nombre de usuario", and "Contraseña", followed by a "Regístrate" button. At the bottom, there is a link: "¿Tienes una cuenta? Inicia sesión".

Paso 1

Si bien es posible entrar a Instagram en el computador, a diferencia de Facebook, esta red social fue pensada casi de manera exclusiva para los celulares, por tanto recomendamos **descargar la aplicación en el celular** y acceder desde ahí siempre.

Paso 2

Luego de descargar la aplicación es necesario **ingresar**. Es posible hacerlo ingresando con tu cuenta de Facebook o registrándote como usuario nuevo. La primera opción debe ser utilizada solo en el caso de que el usuario de Facebook sea del emprendimiento y no el personal. En el caso contrario, debes registrarte como usuario nuevo y elegir un nombre de usuario que represente a tu emprendimiento.



Lo ideal es que sea el mismo nombre, pero muchas veces los nombres están ocupados. En ese caso, se recomienda usar puntos o guiones para no perder el nombre original. Por ejemplo: si mi emprendimiento se llama "Pastelería Mi Casa" y "MiCasa" está ocupado, puedes usar "Pasteleria.MiCasa" o "Pasteleria_MiCasa".

Paso 3

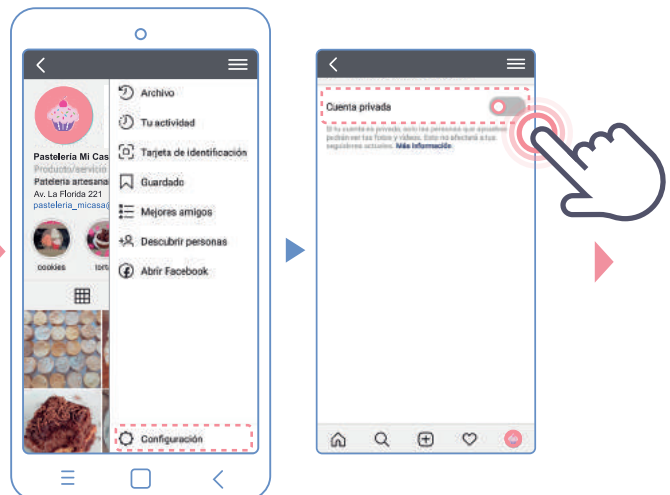
Agregar una **foto de perfil (logo del negocio)**, una **biografía** (por ejemplo, Pasteles caseros sin azúcar, Viña del Mar, Chile. Teléfono) y un **enlace a tu sitio web o página de Facebook**.

Paso 4

Cambiar el perfil a un **perfil de empresa**. Para eso, desde tu perfil selecciona el icono de engranaje en la esquina superior derecha (configuraciones) y cambiar a un perfil de empresa. Es importante tener en consideración que para cambiar a un perfil de empresa, tu emprendimiento debe tener una página de Facebook.



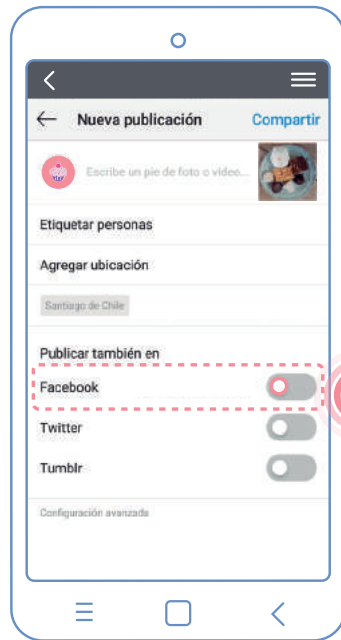
En el caso de que no tengas página de Facebook y no desees cambiar el perfil a "Perfil Empresa", es importante que **revises la privacidad de tu cuenta y la pongas como pública**, ya que de esa manera todo usuario de la red social podrá ver tu perfil sin la necesidad de seguirte primero.



Paso 5

Anuncia a tus seguidores de Facebook que estás en Instagram. Tú debes ser la principal embajadora de tu marca. Para eso, puedes compartir en un post de Facebook tu usuario de Instagram para que tus seguidores lo conozcan, o puedes subir tu primera foto a Instagram y anclarla para que se poste automáticamente en Facebook.

Para eso, es necesario enlazar ambas cuentas, lo cual se explica más adelante. Igualmente, al momento de subir una foto a Instagram, se da la opción de compartirla en Facebook también.



Paso 6

Usa y busca etiquetas o Hashtags # para conectarte con tu público. Por ejemplo, si trabajas en artesanía textil puedes usar #hechoamano #artesaniachile #laciudadondevides. Es recomendable usar entre 9 y 11 hashtags en la descripción o pie de foto, al igual que en los comentarios que uno hace. Más adelante detallamos más qué son los hashtags.

Paso 7

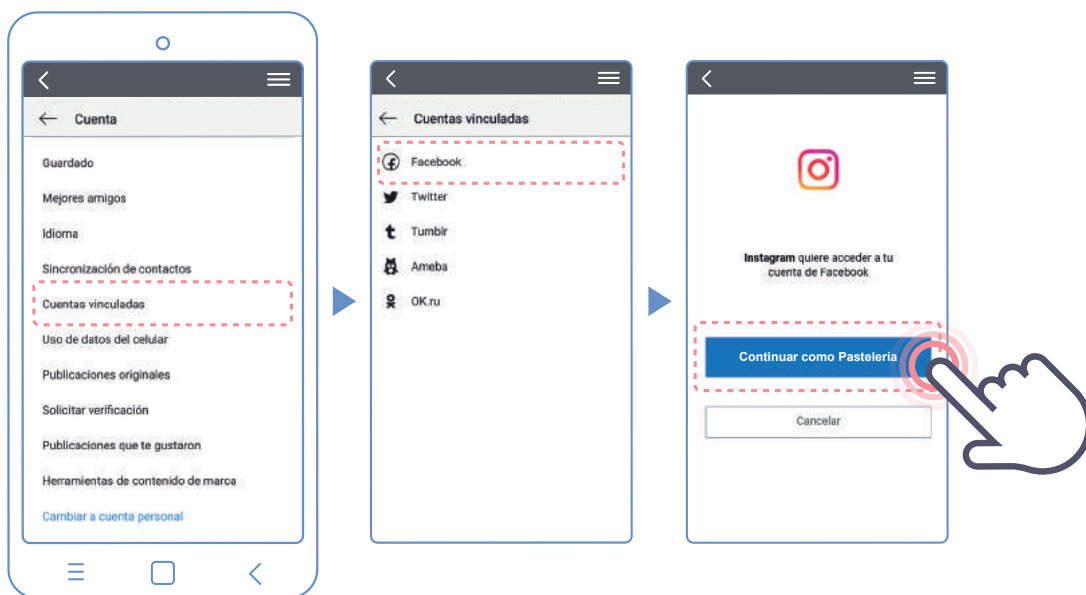
Empieza a compartir fotos en Instagram y en el resto de tus redes.

Paso 8

Finalmente, en el blog de la red social Instagram para empresas, puedes encontrar ejemplos de cómo las marcas usan Instagram para comercializar sus productos. Te invitamos a ingresar a www.business.instagram.com.

¿Cómo enlazo mi cuenta de Facebook a Instagram?

Al enlazar tu cuenta de Facebook en Instagram, puedes compartir automáticamente tus post de Instagram en tu Página de Facebook. Para configurarlo, deberás ir a Instagram y seguir los siguientes pasos:



¿Cómo hago visible mi emprendimiento en las redes sociales?

Hacer visible un emprendimiento en redes sociales significa crear acciones para mejorar el posicionamiento de la página del negocio, creando contenido para redes sociales. Para que esto sea efectivo, es importante conocer al cliente y crear valor para que esta persona pueda comprar, volver a comprar y recomendar tu negocio.

Algunos consejos son:

- * Compartir las publicaciones que haces en la página de tu negocio en tu cuenta personal de Facebook, así haces llegar la información a tus amigos cercanos, quienes pueden a su vez compartirlo con los suyos, con la finalidad de que se comience a masificar la información.
- * Compartir el contenido que publicaste en Facebook por WhatsApp. Para eso, puedes copiar el link de alguna publicación importante y compartirla en los chats de WhatsApp.
- * En tu correo o email, puedes poner como firma las redes sociales de tu negocio para que las personas que quizás no conocen tu emprendimiento, lo visibilicen y compren algún producto/servicio.

* Dentro de lo posible, realizar regalos o concursos al llegar a los 100, 500 o 1000 seguidores. Si pones ciertas condiciones, puedes generar una difusión enorme de tu emprendimiento. Por ejemplo, pedir que se comparta una imagen y etiqueten a amigos en los comentarios para poder participar.

¿Cómo puedo aumentar mis seguidores en Facebook o Instagram?

Si bien no existen recetas mágicas, porque cada táctica realizada en marketing digital dependerá de las características de cada cliente, sí hay ciertos consejos que pueden ayudar:

- * Lo primero que se debe hacer es revisar que toda la información de la página se encuentre completa, es decir que si un potencial cliente entra a mi página y va a “información” pueda encontrar todo lo que necesita saber: qué vendo, dónde lo vendo, cómo lo vendo y dónde puede contactarme.
- * Una buena opción es ir al botón “invitar a amigos”, para que de inmediato su red más cercana lo comience a seguir y su cuenta sea creíble.

* Utilizar etiquetas o hashtags en tus publicaciones también es muy útil ya que permite que los usuarios localicen tu contenido. Si no sabes qué son los hashtags, no te preocupes, en la siguiente pregunta lo explicamos.

* Otro elemento que se utiliza bastante es geolocalizar la publicación. Si vivo en Coquimbo, utilizar el botón ubicación para que aparezca mi emprendimiento entre las publicaciones realizadas en la ciudad y por tanto en las búsquedas de la ciudad que realicen potenciales clientes.

* Finalmente, y lo que más agrega valor a tu estrategia de marketing digital, es

la creación de contenido relevante para tus clientes, para ello debes conocer muy bien tu producto/servicio y a quién le vas a vender. Con estos elementos, podrán vender no promocionando precios, sino que hablando de los beneficios que trae el comprar tus productos/servicios.

¿Cómo puedo crear contenido atractivo en redes sociales?

Para que puedas crear contenido atractivo para tus clientes, es importante conocer todo tipo de información relacionada a tus productos o servicios que vendas, de tal manera que puedas transmitir aquello a tus clientes.

Por ejemplo, si vendes mermeladas de berries resulta relevante conocer el fruto, sus propiedades naturales, beneficios para la salud, cómo se extrae, etc. De esta manera, las publicaciones no estarán centradas en el producto, si no que en la importancia que tiene para el consumidor ingerir berries en todas sus formas. De esta manera, se venderá el producto por todos los beneficios adicionales que trae consumirlo más que por el simple hecho de quererlo o necesitarlo.



¿Qué consejos puedo considerar al momento de comercializar por redes sociales?

* Pensar quién va ver tus publicaciones. No es lo mismo crear contenido para jóvenes, profesionales jóvenes o adultos mayores. Cada público tiene intereses diferentes que son los conectores de la compra por tanto se debe considerar aquello al momento de crear las publicaciones en redes sociales.

* Sacar buenas fotografías. Una buena fotografía, con buena calidad y luz, transmite seriedad profesionalismo a los usuarios, además de realmente resaltar tus productos. En www.youtube.com puedes encontrar muchos tutoriales sobre cómo hacer buenas fotografías de productos (como poner el producto sobre un fondo blanco, por ejemplo) o de cómo crear una caja de luz casera que destaque tus productos. Igualmente, los Centros de Desarrollo de Negocios ofrecen cursos de fotografías para redes sociales de forma gratuita.

* Crear contenido relevante. Recuerda la importancia de crear contenido atractivo y de calidad que tenga por objetivo ir más allá de solo mostrar el producto junto al precio. Por ejemplo, si vendes mermeladas

de berries puedes hacer un post con los 5 beneficios del consumo de berries. Se trata de hacer post que sean una buena forma de vender sin vender.

* Cargar contenido semana a semana. Si bien ser constante y dedicar tiempo todas las semanas a las redes sociales puede ser complicado, una buena opción es dedicar una tarde al mes a crear contenido para que durante la semana vayan solamente cargando posts. Recuerda que el mismo botón "publicar" de Facebook permite programar tus posts para toda la semana, lo que mejora los procesos internos del negocio y ayuda a organizar la vida de la emprendedora.

¿Qué son las historias de Instagram y cómo puedo incluirlas en mi publicidad en redes sociales?

Las historias de Instagram son publicaciones en formato de foto o vídeo que están disponibles por 24 horas para que los seguidores la vean y luego se eliminan automáticamente. Se caracterizan por tener funciones para agregar máscaras, texto, efectos y emoticones. Se utilizan principalmente para publicar posts rápidos y sencillo y así llegar a una gran cantidad de personas.

Para entender la relevancia que ha tenido esta herramienta de la red social Instagram debes saber que 1 de las 3 historias más vistas proceden de cuentas de negocios o empresas (Instagram, 2019), por lo que incluirlas en tu perfil de Instagram puede hacer que mucha más gente conozca tu emprendimiento. Para que tengan efecto se pueden hacer concursos, trivias o preguntas para conocer los gustos de los seguidores o qué opinan de tus productos además de mostrar los procesos productivos para tener un producto finalizado. Por ejemplo, si se trata de un emprendimiento de tortas personalizadas, puede ser útil subir fotos o

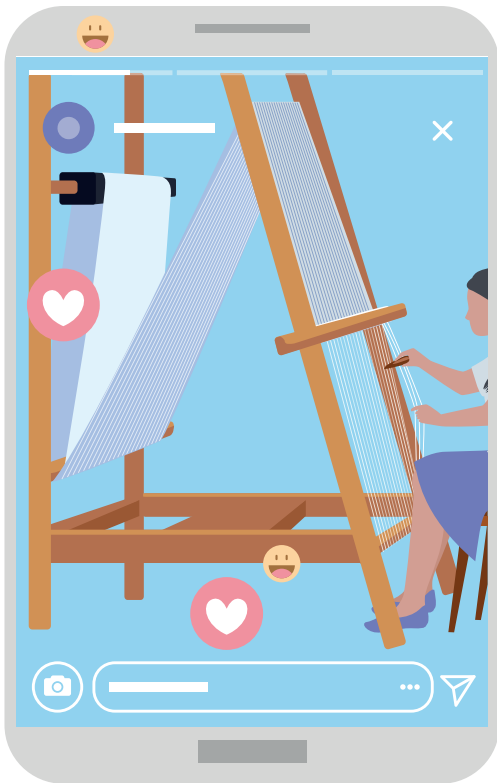
videos con los procesos para crear una torta en casa, fotos o videos de la torta en un cumpleaños con la gente consumiéndola o hacer preguntar para saber que temática les gustaría ver en la torta.

¿Qué son los hashtags en redes sociales?

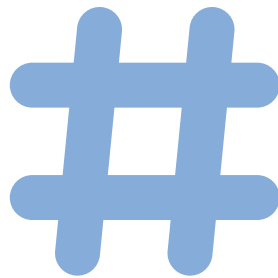
Los Hashtags son frases que ayudan a resaltar un post o publicación en las redes sociales y permiten enfatizar, dar a conocer o categorizar tu post.

En Instagram, se utilizan para que las publicaciones tengan un mayor alcance y pueda llegar a todos los usuarios y así generar comentarios, "me gusta" o "likes" y ganar seguidores. En Facebook, sirven para encontrar publicaciones relacionadas a ciertos temas, los cuales pueden ser de interés para muchos usuarios y/o posibles clientes. Muchos de estos, son utilizados por las marcas por diversas razones: dar a conocer un nuevo producto, asociar tus productos a ciertos conceptos o tema, asociarte a épocas de celebraciones, entre otras muchas acciones a realizar.

Por ejemplo, si se trata de un negocio que vende artesanía serviría incorporar



después del texto de una publicación las etiquetas #Chile, #artesanía, #artesaniachilena, #hechoamano, etc. Con esto, cada vez que un usuario busque publicaciones relacionadas a artesanía chilena, chile o cosas hechas a mano, aparecerá mi publicación y la podrán ver. Recuerda, cada etiqueta va antecedida por un # y al finalizar el concepto, un espacio antes de escribir el siguiente sin ocupar comas. Por ejemplo: #viveros #chile #plantas #viveroschile #chileverde.



¿Cuáles son los principales errores que puedo cometer al vender por redes sociales?

Uno de los principales errores que las/los emprendedoras/es comenten es utilizar la cuenta o página del negocio de manera personal. Es importante mantener ambos perfiles por separado, al igual que el contenido que ahí se publica.

Las Fanpage, cuentas de negocios o páginas de negocios se utilizan con un fin profesional, por tanto la información ahí publicada debe hacer referencia exclusivamente a eso y debe resguardar un trato de negocio a cliente, no de amigo a conocido, por ejemplo. En el caso del perfil personal, la información es personal y la relación que se tiene es con amigos, familiares y conocidos, por tanto generalmente es informal.

El segundo error más común es creer y sostener que las redes sociales son un espacio para vender. Es importante tener claro que las redes sociales son un espacio de comunicación e interacción, y no fueron creadas con el fin de vender, a diferencia de otras páginas como Yapo (www.yapo.cl) o Mercado Libre (www.mercadolibre.cl). Sin embargo, utilizando bien los perfiles

creados para negocios se podrá comunicar de mejor manera un negocio con sus clientes de tal manera que aquella comunicación o interacción derive en una venta.

¿Por qué es malo o no recomendable subir muchas publicaciones al día?

En redes sociales al igual que en el mundo físico, al cliente le molesta que lo invadan con excesiva información. Un reflejo de esto es lo que pasa con los correos electrónicos masivos o con las llamadas telefónicas de empresas para ofrecerte productos. Por esta razón, sugerimos que el contenido trabajado en redes sociales sea de calidad más que de cantidad, siendo más efectivo cargar 5 posts a la semana, que subir muchas fotografías, textos, pensamientos, ideas, frases célebres, cadenas religiosas y cuanta información queramos compartir.

Recuerda la importancia de dedicarle tiempo a las redes sociales y desarrollar contenido de calidad más que cantidad.

¿Qué significa viralizar en redes sociales?

Casi a diario nos encontramos con algún post viralizado en las diferentes plataformas sociales. Se trata de contenido (un video, foto o texto) que llama tanto la atención de los usuarios al verlo, les genera emociones o se identifican con la publicación y deciden publicarlo también en sus propios perfiles, generando que se expanda rápidamente por las redes sociales. Un ejemplo de esto es lo que pasó con el reciente video del pájaro "chimuelo".

Muchos piensan que crear contenido viral es fácil, pero la verdad es que no es tan así. Una publicación viral no se crea de un día para otro, se debe trabajar en la idea creativa, diseño y una estrategia de viralización, con el objetivo de que las personas se sientan identificadas, generen emociones o sea un nuevo conocimiento para ellas.



¿Qué otras páginas de internet pueden ser útiles para potenciar mi emprendimiento en redes sociales?

Al momento de iniciar una campaña de redes sociales con recursos escasos, como generalmente se emprende, recomendamos utilizar las diferentes herramientas gratuitas que existen en la web y además nunca olvidar los talleres y cursos gratuitos que diversos organismos realizan en Chile, como SERCOTEC o el programa Digitaliza tu Pyme.

Una excelente herramienta que toda emprendedora debe conocer es Canva, a la cual puedes entrar en www.canva.com. Se trata de un editor fotográfico que tiene la particularidad de ajustar las fotos a las diferentes medidas que usan las fotos en redes sociales. Cada red social tiene medidas particulares, por tanto Canva te entrega los prediseños y tú solamente debes incorporar las frases claves e imágenes de tu emprendimiento. Así, se puede diseñar para Facebook un post, imagen de portada, publicidad, etc., y para Instagram encuentras los pre-diseños para subir una historia.

Luego, si se desea estudiar de manera gratuita, en YouTube se puede encontrar múltiples tutoriales que permiten ir practicando paso a paso, sobre Facebook, Instagram y cómo atraer a nuevos públicos. Una buena forma de partir es buscar en www.youtube.com “tutoriales publicidad en Facebook” o “tutoriales cómo vender en Instagram”.

Otra página relevante es www.coursera.org. Ahí puedes encontrar de manera gratuita, diversos cursos de formación para emprendedoras/es, como por ejemplo en marketing digital. Incluso, es posible certificar dichos cursos una vez finalizados.

¿Qué iniciativas tiene el gobierno de Chile para potenciar la comercialización digital?

Debido a las bajas cifras en digitalización que tienen las pymes en Chile, donde solo un 3% utiliza tecnologías según la última Encuesta Longitudinal de Empresa del Ministerio de Economía (ELE,2019) diseñó el programa "Digitaliza tu Pyme", que tiene como objetivo que las empresas de menor tamaño aumenten sus ventas, mejoren los costos y las interacciones con sus públicos (clientes y proveedores), utilizando tecnología.

Aquel programa, que es liderado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, junto a Corfo y SERCOTEC, entrega herramientas y capacitación a lo largo de todo Chile en temáticas de comercialización digital.

De este programa se desprende el financiamiento "Digitaliza tu Almacén" de SERCOTEC, el cual entrega hasta \$2.000.000 para modernizar con tecnología los almacenes de Chile. Adicionalmente, SERCOTEC creó un convenio con la empresa Kolau para que toda micro, pequeña y mediana empresa que no tenga un sitio web, lo pueda adquirir de manera gratuita en esta plataforma.

En la semana de la Pyme 2018, "El mundo del futuro va a ser - y está siendo - un mundo digital"

SITIOS DE INTERÉS Y REDES DE DERIVACIÓN

* Centros de Desarrollo de Negocios. Entregan asesorías, acompañamiento y capacitación gratuita para emprendedores de Arica a Punta Arenas.

www.sercotec.cl/centros-de-negocios/

* Agencia Digital Haciéndola. Iniciativa chilena que creó un manual gratuito de marketing digital para emprendedores:

www.haciendola.com/blogs/haciendola/manual-de-marketing-digital-para-emprendedores/

* Instagram para empresas. Sitio web de Instagram que entrega estadísticas, consejos, novedades y manuales de uso para perfiles de negocios o empresas:

www.business.instagram.com/

* Facebook BluePrint. Centro de capacitación en línea y gratuito creado por Facebook para emprendedoras/es.

www.facebook.com/business/learn/

* Curso gratuito de Facebook. Curso gratuito de RankAcademy dirigido a emprendedoras/es que buscan aprender desde lo más básico técnicas para aumentar el alcance del contenido de su negocio.

www.youtube.com/watch?v=hltSOgIPDio

* Programa Digitaliza tu Pyme. Programa del Estado que busca que las empresas de menor tamaño aumenten sus ventas, bajen sus costos y mejoren su relación con clientes y proveedores, utilizando las tecnologías digitales

www.digitalizatupyme.cl



SITIOS DE INTERÉS Y REDES DE DERIVACIÓN

* Facebook (2018). Guía para empresas. Disponible en:

www.facebook.com/business/



* AHootsuite (2019). Digital 2019 Global Digital Overview. Disponible en:

www.wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates.



* Instagram (2019). Guía para empresas. Disponible en:

www.business.instagram.com/



* Ministerio de Economía, Turismo y Fomento (2019). Quinta Encuesta Longitudinal de Empresas. Disponible en:

www.economia.gob.cl/2019/03/12/quinta-encuesta-longitudinal-de-empresas-ele5.htm

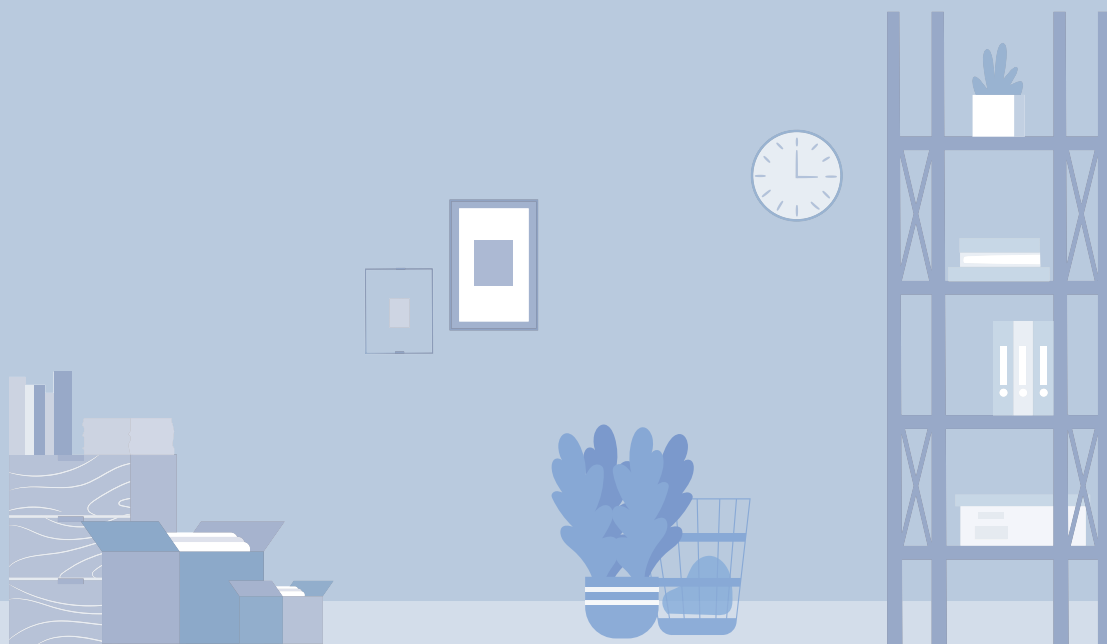
Documento elaborado por
Dirección Programas y Gestión
Regional, 2020.

Diseño: Estudio Mutante.



Fundación
PRODEMU
Promoción y Desarrollo de la Mujer

30
1990
2020



f fprodemu

ig fprodemu

tw @prodemu

www.prodemu.cl