



¿Cómo crear el post perfecto?

No importa si fuiste un pionero de la red, si tienes una amplia formación en el mundo del social media o si simplemente eres un autodidacta que con constancia e interés se ocupa de gestionar uno o varios perfiles sociales. En cualquiera de los casos es preciso un continuo aprendizaje y a ser posible seguir los consejos que nos ofrecen los grandes maestros de la tecnología e internet. A continuación, te presentamos algunos tips de Guy Kawasaki para pulir tus publicaciones en redes sociales.

“Todo el marketing debería comunicar algo con verdadero significado”

- Guy Kawasaki



- Guy Kawasaki es uno de los líderes más influyentes en temas de innovación, marketing, emprendimiento, startups y negocios.
- A mediados de los ochenta, Kawasaki fue uno de los "evangelizadores" de Apple.
- Su trabajo en la empresa fundada por Steve Jobs fue sumamente valorado y reconocido a nivel global convirtiéndolo en una autoridad mundial.

3 HAY QUE SOBRESALIR

En las redes sociales abundan diversas marcas y empresas publicando contenido. Para destacarse usted necesita ser auténtico. No siga a las masas, adopte una posición definida. No tema establecer un punto de vista o un estilo concreto. **Recuerde que lo diferente no pasa desapercibido.**

4 SEA BREVE

La brevedad reina en las redes sociales. En este caso cuanto más corto y directo sea un post, mucho mejor. **Mantenga máximo 50 caracteres por título y 3 frases por cada texto.** Y redacte siempre en voz activa: en lugar de escribir "El iPhone fue lanzado por Apple", prefiera "Apple lanzó el nuevo iPhone". **En Twitter no exceda los 120 caracteres para que los seguidores tengan espacio de hacer retweet y escribir menciones.**

5 DELE CRÉDITO A LAS FUENTES

Sea agradecido. Aquí prima la cultura de "hoy por ti, mañana por mí". Además su reputación se verá seriamente afectada si se apropia de contenido ajeno.

6 AGREGUE DRAMA

Incluya fotos o gráficas en cada post. Así el contenido será más visual y, por lo tanto, tendrá más actividad. **Las imágenes son un excelente recurso para llamar la atención y aumentar la cantidad de veces que la gente comparte las publicaciones, pero recuerde revisarlas en dispositivos móviles para asegurar que se ven bien.**



¿Que es el engagement?

Es el grado en el que un consumidor interactúa con tu marca. Este concepto se basa en crear fidelidad y motivación para que nuestros usuarios defiendan y se sientan parte de la marca, y de esta manera nos refieran nuevos usuarios.

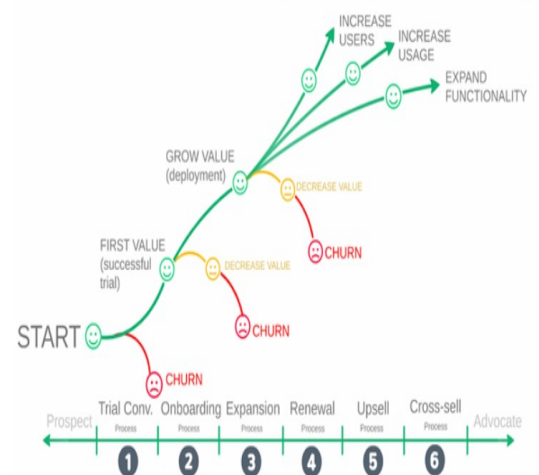
El éxito de tu negocio depende de los usuarios recurrentes.

¿Cómo medir el engagement de mis usuarios ?

Muchas compañías y emprendedores usa herramientas como Facebook Insights, pero cuando se trata de medir el engagement en sus redes sociales no es suficiente. El engagement no se mide por likes, sino con interacciones **en tu marca**.

No es lo mismo decir "me gusta" a mantener una comunicación continua con la marca. Cuando un usuario interactúa con tu marca, esta tomándose el tiempo y esfuerzo de decir que le gusta la experiencia que le estas brindando, esto es invaluable.

En **MMS Consulting** te ofrecemos todas las herramientas y la consultoría para medir el engagement y otros indicadores de desempeño de tu negocio que hagan sentido con tu estrategia y visión de crecimiento. .



7 APROVECHE LOS HASHTAGS

Los hashtags o etiquetas fomentan la conversación on-line, y ahora se pueden usar en prácticamente todas las redes sociales, no solo en Twitter. Antes de crear un hashtag propio verifique que nadie lo esté usando o que no esté relacionado con contenido inapropiado. También puede utilizar hashtags que ya hayan sido creados, pero procure que sean claros, evidentes y que se conecten con su marca y lo que está diciendo.



8 ESTABLEZCA HORARIOS Y FRECUENCIAS

Programa el horario de sus publicaciones cada semana. Para esto puede usar plataformas como Sprout Social, Buffer o Hootsuite. Es mucho mejor distribuir los posts a lo largo del día en lugar de mandar todo en media hora. Sea consistente y frecuente. No tenga miedo a re-postear cuando sea necesario pero siempre mantenga la lógica.



9 PUBLICACIONES CRUZADAS

Es válido, y sobre todo útil, compartir los posts entre redes. Por ejemplo, si publicó un imagen en Facebook, puede invitar a sus seguidores en Twitter y Pinterest para que la vean a través de un link. Así va a lograr mayor actividad en las publicaciones y puede impulsar las redes sociales que necesitan un empujón. Pero recuerde que no es necesario estar presente en todas las redes; escoja las que mejor le funcionen de acuerdo a su negocio y objetivos. Podría tener solo dos perfiles bien administrados, en lugar de 6 manejados a medias.



Contáctenos

Para más información de nuestros productos y servicios póngase en contacto con nosotros.

MMS Consulting

Santa Catalina 1041, Prados Tepeyac, 45010 Zapopan, Mex

ventas@consultingmms.com

Visítenos en nuestro sitio web:

consultingmms.com

¿Que compartir para aumentar tu alcance?

