



POSICIONA TU MARCA EN LAS REDES SOCIALES

En este taller aprenderás los elementos claves para potenciar tu imagen en las redes sociales y lograr así proyectar una presencia profesional que se traduzca en mayores ventas.

www.obmarketingdigital.es

ANTES DE COMENZAR

1

Silencia el micrófono por favor.

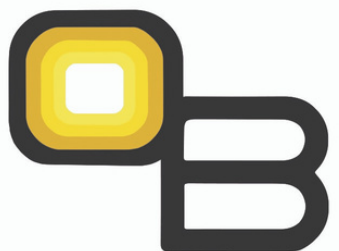
2

Busca dónde coger notas importantes.

3

Escribe tus dudas y preguntas.

Si tienes alguna duda o pregunta, escíbeme a
vanessagil@obeventos.com



TEMAS QUE VEREMOS

- ¿QUÉ ES EL POSICIONAMIENTO?
- ¿POR QUÉ TU MARCA DEBE ESTAR EN LAS REDES SOCIALES?
- TIPOS DE MARCA
- ¿QUÉ ES MEJOR? ¿CREAR UNA MARCA PERSONAL O CREAR UNA MARCA COMERCIAL?
- CÓMO CREAR UNA MARCA PERSONAL
- CÓMO CREAR UNA MARCA COMERCIAL
- ¿QUÉ SIGNIFICA TENER UNA MARCA EN REDES SOCIALES?
- ¿CÓMO POSICIONAR TU MARCA EN REDES SOCIALES?
- ¿QUÉ REDES SOCIALES SON ADECUADAS PARA EL POSICIONAMIENTO DE TU MARCA?
- HERRAMIENTAS QUE TE AYUDAN A POSICIONAR TU MARCA EN REDES SOCIALES

QUIÉN SOY

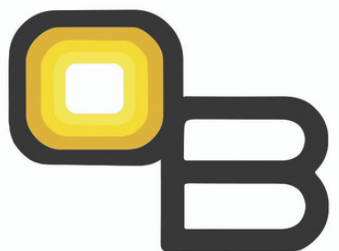
Mi nombre es Vanessa Gil y soy la directora de Contenidos Digitales de la Agencia OB Marketing Digital.

En la actualidad, compagino mis labores de directora con las de formación en Marketing y Social Media.



DATOS DE LAS REDES SOCIALES

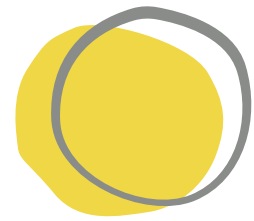
- Más del 53 % de la población mundial tiene presencia en las redes sociales.
- Las redes sociales son el canal número uno usado en el marketing, con más de un 80 % de presencia.
- El 45 % de los usuarios de internet en el mundo recurren a las redes sociales cuando buscan productos o servicios.
- El 79 % de los españoles realizaron una compra desde cualquier dispositivo y un 42 % lo hicieron desde su móvil en el periodo de un mes.
- En 2021, 8 de cada 10 compañías están invirtió en marketing de redes sociales.
- El 80 % de los españoles usan las redes sociales diariamente.



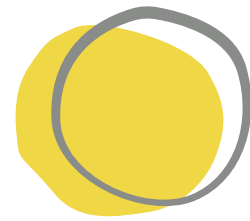
¿QUÉ ES EL POSICIONAMIENTO?



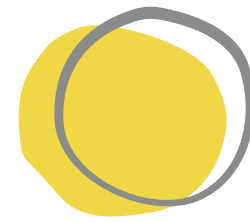
**POSICIONAMIENTO: PROCESO QUE SE UTILIZA PARA CREAR
LA IMAGEN DE TU MARCA EN LA MENTE DE TUS SEGUIDORES.**



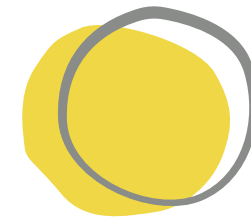
Competitiva



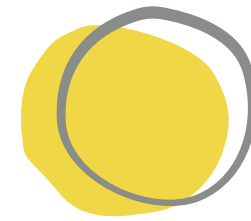
**Relevante
para tu target**



Distintiva

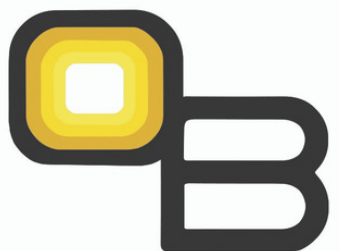


**Capaz de
comunicar tus
valores**

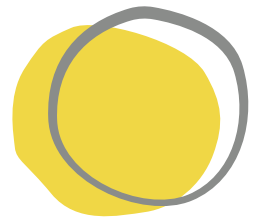


**Capaz de
comunicar tus
creencias**

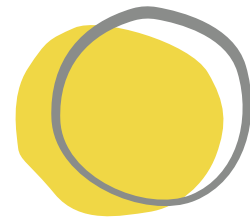
**PERCEPCIÓN QUE LAS PERSONAS TIENEN
DE UNA MARCA O UN PRODUCTO.**



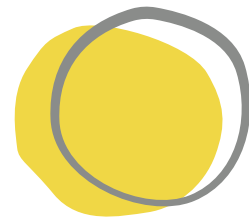
ANTES DE EMPEZAR A POSICIONAR TU MARCA EN REDES SOCIALES, PREGÚNTATE:



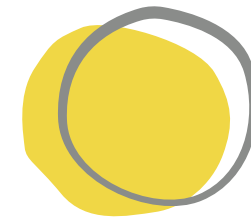
**¿Qué quiero
proyectar?**



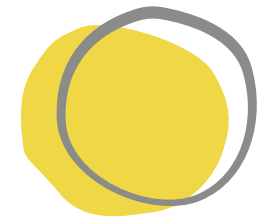
**¿Para qué
quiero
posicionarme?**



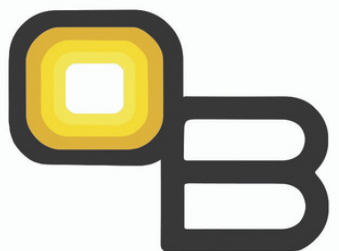
**¿Qué
objetivos
quiero lograr?**

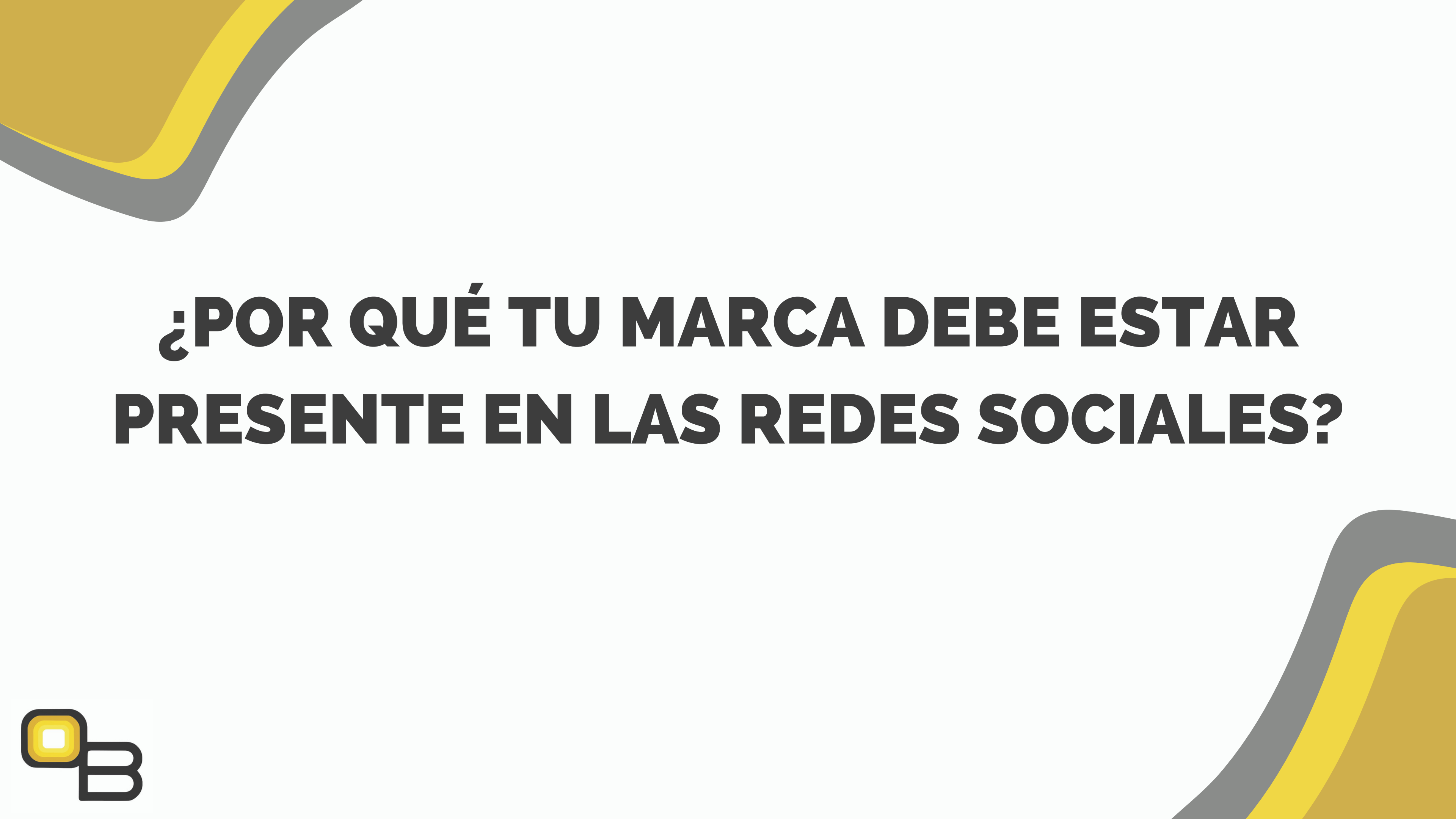


**¿Qué puedo
ofrecer a mi
audiencia?**



**¿Cómo puedo
comunicar lo
que quiero?**



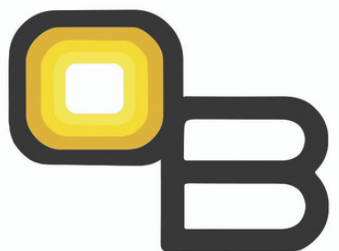


**¿POR QUÉ TU MARCA DEBE ESTAR
PRESENTE EN LAS REDES SOCIALES?**



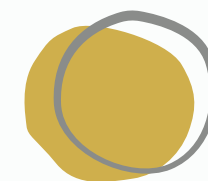
PORQUE...

- 1** los consumidores están en las redes sociales.
- 2** ayudan a construir relaciones duraderas con los clientes.
- 3** allí los consumidores son más receptivos a los mensajes.
- 4** las redes sociales llevan tráfico a tu web.
- 5** los consumidores buscan recomendaciones en las redes sociales.
- 6** las redes sociales permiten conocer a tus clientes.

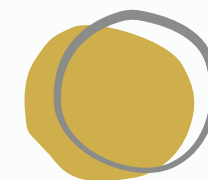




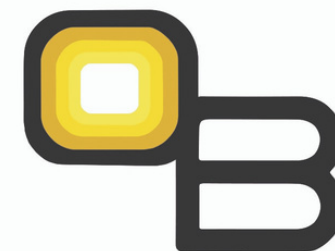
TIPOS DE MARCA

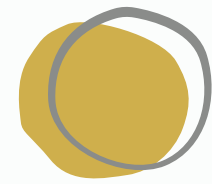


MARCA PERSONAL



MARCA COMERCIAL





MARCA PERSONAL vs MARCA PROFESIONAL



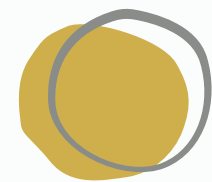
MARCA PERSONAL

- Personal branding.
- Marca que usa una persona natural con un proyecto personal.

MARCA COMERCIAL

- Uno de los elementos más importantes de toda idea de negocio.
- Te diferencia en el mercado.
- Te identifica ante los clientes.
- Puede ser un símbolo, un nombre, un término, unas iniciales...





EJEMPLOS DE MARCA PERSONAL



ELON MUSK

- Fundador de Tesla.
- Controvertido y extravagante.
- Inspira a la aventura, a la innovación y a la aceptación de riesgos.



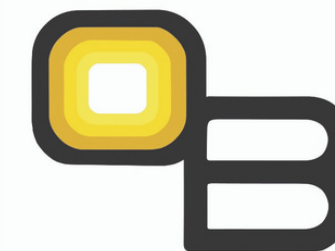
JENNIFER LÓPEZ

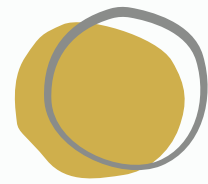
- Cantante, actriz y empresaria.
- Utiliza su historia personal para alcanzar a un público muy específico para vender ropa, perfumes, artículos para el hogar.



VILMA NUÑEZ

- Emprendedora y consultora de marketing digital.
- Muy enfocada a la formación y a las nuevas tendencias en redes sociales.





EJEMPLOS DE MARCA COMERCIAL



ADIDAS

- Marca de ropa deportiva.
- Seguridad, comodidad y confianza.
- Pertenencia a una comunidad que premia el estilo, la calidad y la sostenibilidad.



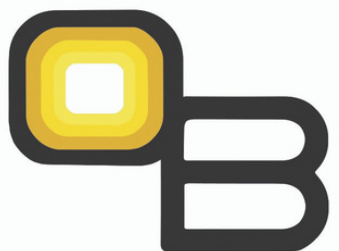
RAY BAN

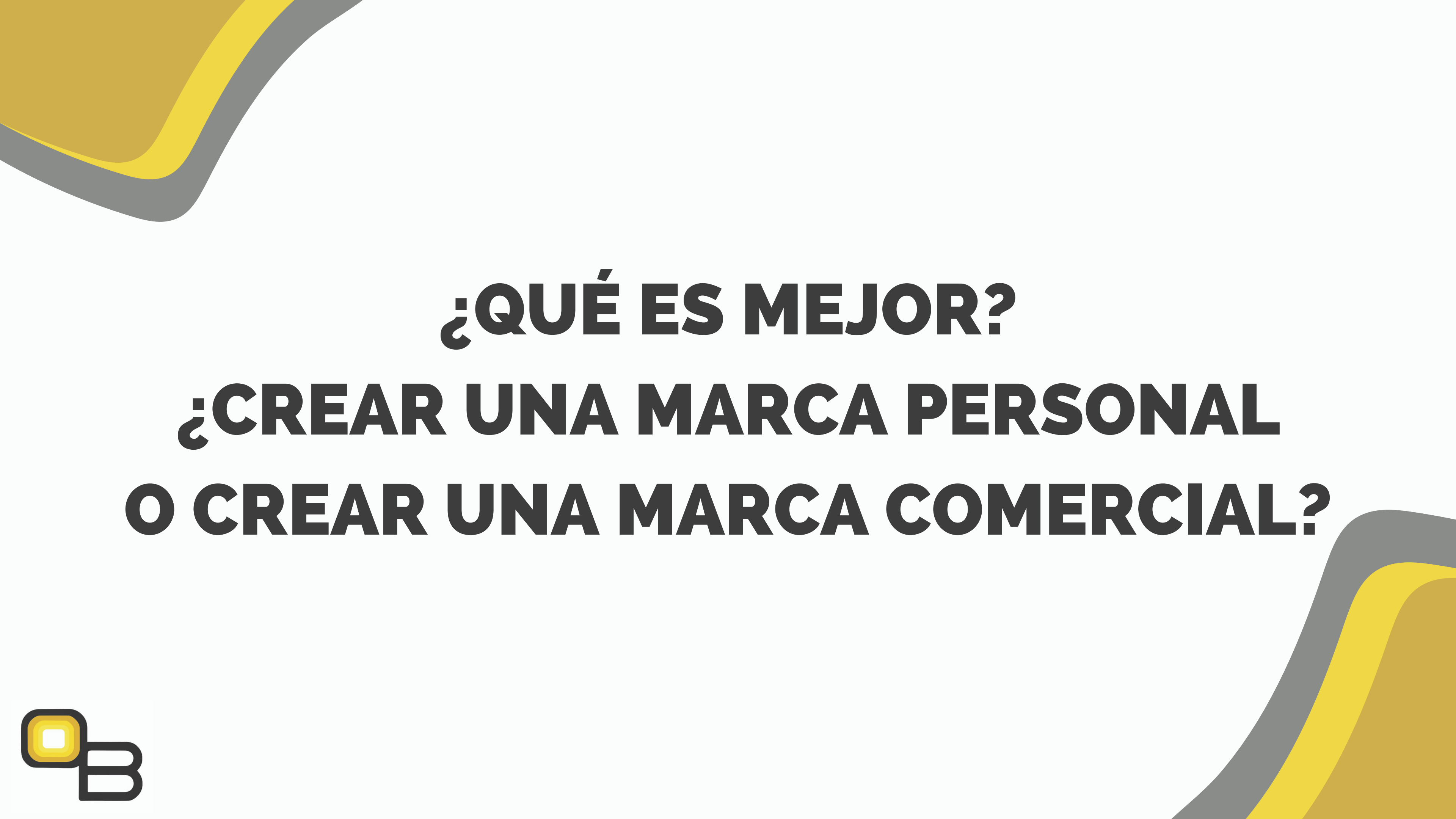
- Marca de gafas de sol.
- Alta calidad, fabricación italiana.
- Signo de distinción, de estilo de vida, de dinero.



GOOGLE

- Nacida como un proyecto universitario.
- Innovación, tecnología, en constante evolución.

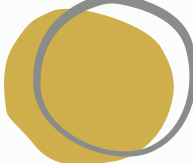


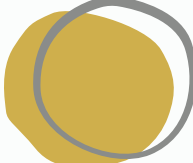


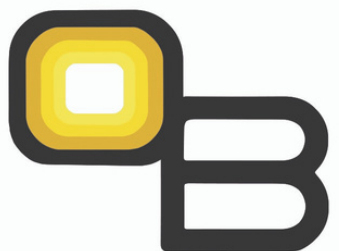
¿QUÉ ES MEJOR?
¿CREAR UNA MARCA PERSONAL
O CREAR UNA MARCA COMERCIAL?





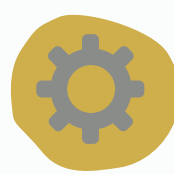
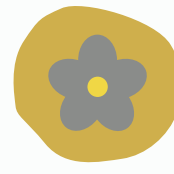
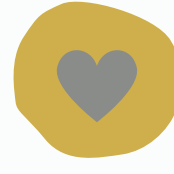
 **Una no es mejor que la otra.**

 **Todo depende de las necesidades.**



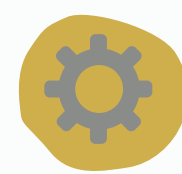
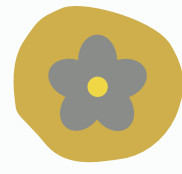


CUALIDADES DE LA MARCA PERSONAL

-  **Muestra el lado más humano**
Comunicación espontánea y natural.
-  **Autenticidad y**
originalidad.
-  **Permite transmitir los conocimientos**
personales a otras personas.
-  **Intransferible, nace y muere con**
la persona.
-  **Genera confianza**
inmediata.
-  **Sus objetivos y valores van de la**
mano con los de la persona.



CUALIDADES DE LA MARCA COMERCIAL

-  **Comunicación formal.**
-  **Su misión y visión puede permanecer por generaciones.**
-  **Para empresas que deseen vender productos y servicios.**
-  **Representa a una empresa.**
-  **Contratas y delegas el trabajo.**
-  **Debe generar experiencias y sentimientos positivos al consumidor.**

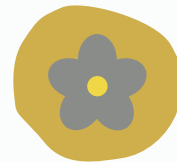
CÓMO CREAR UNA MARCA PERSONAL



¿QUÉ VALOR APORTO A MI AUDIENCIA?



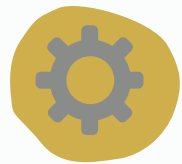
Plasma tus objetivos y valores.



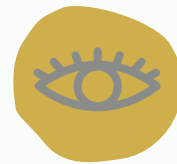
Escoge las palabras claves que definirán tu marca personal.



¿Qué mensaje quiero transmitir con mi marca personal?



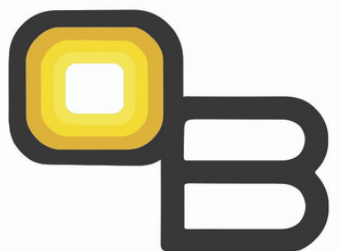
Diseña la imagen de tu marca personal y lo que la identifica (colores, logo, tipografía...)



Escoge los canales de comunicación que usarás para trabajar la presencia de tu marca personal.



Crea contenido en base a la personalidad de tu marca.





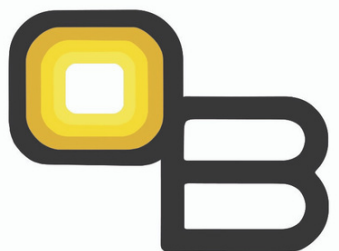
VENTAJAS

- Muy flexible y sencilla de desarrollar.
- Gran credibilidad y confianza frente a la audiencia.
- Comunicación más cercana y directa.
- Eficaz para identidades específicas y personales.



DESVENTAJAS

- Puede ser un obstáculo a la hora de crear nuevos servicios.
- Una gestión deficiente puede tener consecuencias negativas.



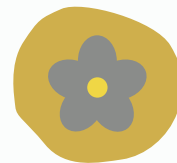
CÓMO CREAR UNA MARCA COMERCIAL



¿QUÉ NECESIDAD SOLUCIONA MI PRODUCTO/SERVICIO?



Conoce en profundidad lo que deseas vender.



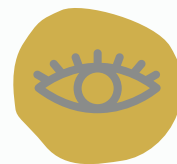
Conoce las necesidades de tu público onjetivo.



Mantén la misma personalidad de tu marca en todos los canales.



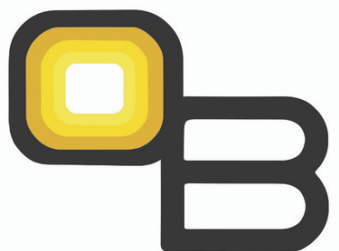
Crea una web que represente tu empresa y en la que se reflejen sus valores.

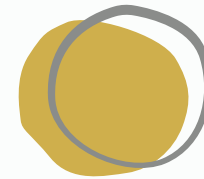


Construye la personalidad y valores de tu marca.



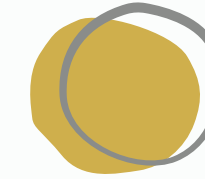
Crea contenido en base a la personalidad de tu marca.





VENTAJAS

- Facilita la comunicación empresa - cliente.
- Puede elegir una sola estrategia de marketing para todos sus productos/servicios.
- Diseñada para elevar un mensaje de empresa complejo.



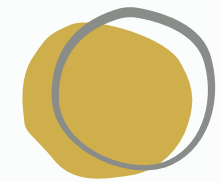
DESVENTAJAS

- Poca flexibilidad en caso de que cambien sus objetivos.
- Gestión complicada de la mala publicidad.

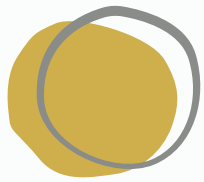


¿QUÉ SIGNIFICA TENER UNA MARCA EN REDES SOCIALES?





Significa tener una presencia activa y coherente en el entorno en el que se mueven la mayoría de los clientes: las redes sociales.



En la actualidad, cualquier negocio, sea grande o pequeño, no existe si no está en las redes sociales.



¿POR QUÉ TU MARCA NECESITA TENER UN BUEN POSICIONAMIENTO EN REDES SOCIALES?

- Mejora tu imagen y te diferencia de la competencia.
- Los clientes te encuentran más fácilmente.
- Se crea una relación de confianza y credibilidad.
- Permite una atención al cliente más rápida y eficaz.
- Es una gran herramienta de fidelización de clientes.
- Con una buena estrategia de posicionamiento en redes sociales se posiciona mejor en Google.



¿CÓMO POSICIONAR TU MARCA EN REDES SOCIALES?



OPTIMIZA TU PÁGINA WEB

- Fundamental para un buen posicionamiento.
- Optimízala para cualquier dispositivo, geolocaliza las imágenes, arregla los enlaces rotos...



CREA CONTENIDO DE VALOR

- Informa, educa, entretén y responde a las necesidades de tus clientes.
- Ten en cuenta los beneficios de tu producto o servicio y muestra a los usuarios como pueden utilizarlos para satisfacer sus "pains".
- Define una temática amigable con tu público y que le motive a seguir tus contenidos en redes sociales.



ANALIZA DÓNDE ESTÁ TU COMPETENCIA

- Identifica a quienes te hacen la competencia en tu sector.
- Observa y analiza su temática, sus contenidos, sus horas de publicación, cómo y cuándo interactúan sus seguidores...



HUMANIZA TU MARCA

- Atrae para conectar, conecta para vender.
- Detrás de cada marca hay una o varias personas con una historia y una personalidad con la que la audiencia se puede identificar.



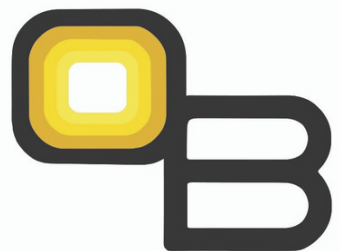
CREA UNA COMUNIDAD

- Una comunidad de clientes fieles te recomiendan.
- ¿Cómo se crea una comunidad?
Identifica las necesidades de tus seguidores, comparte contenido que las satisfaga y que les impulse a interactuar con tu marca creando un vínculo real y cercano con ella.



INTERACTÚA CON TUS SEGUIDORES

- Los clientes buscan solucionar sus necesidades.
- Preocúpate por ellos, interactúa, conversa, responde, aporta soluciones.

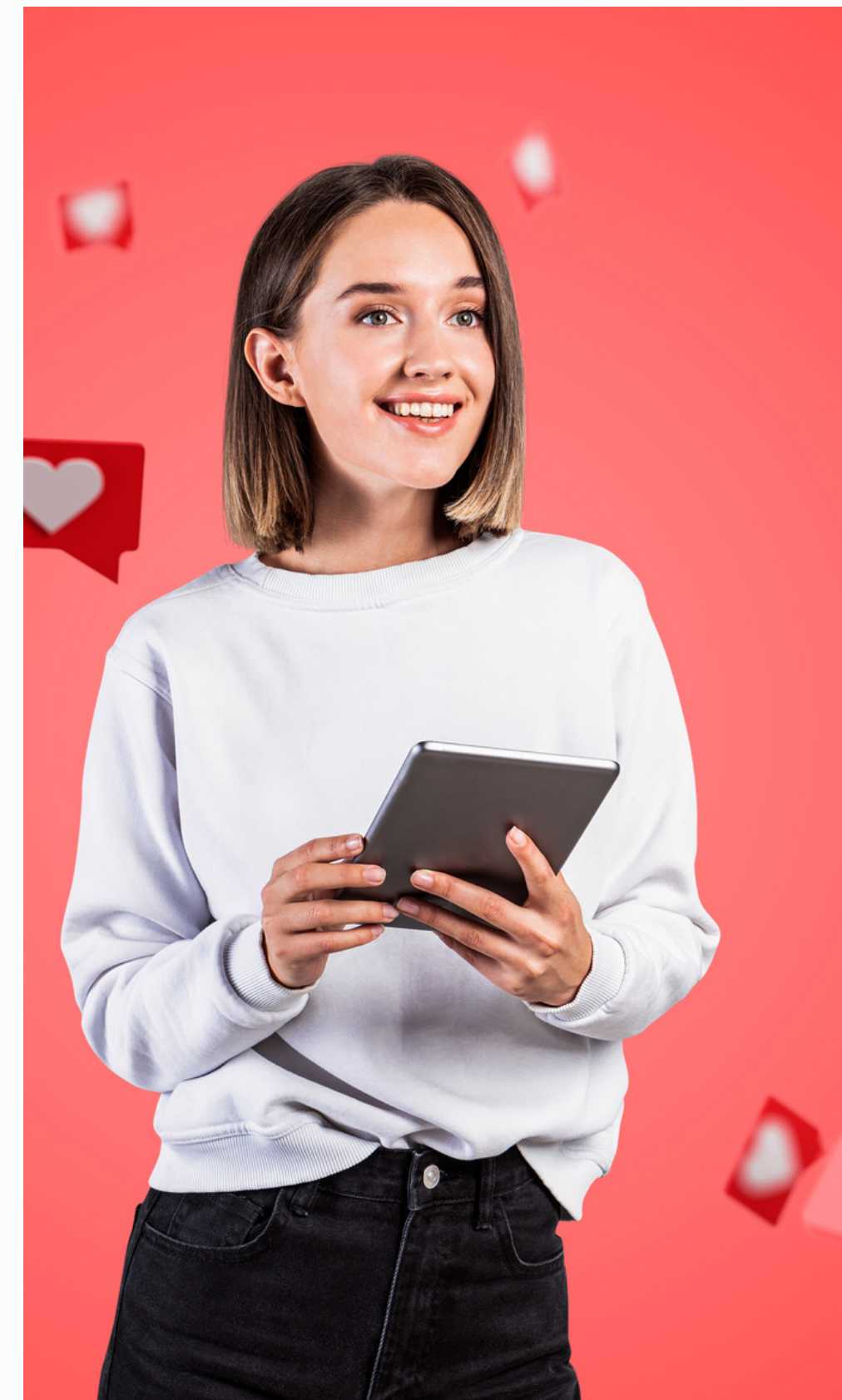


**¿QUÉ REDES SOCIALES SON
ADECUADAS PARA EL
POSICIONAMIENTO DE TU MARCA?**





- Depende de la naturaleza de tu negocio.
- Investiga dónde está tu competencia.
- No toda la audiencia se concentra en las mismas redes ni en los mismos momentos del día.
- Evalúa tus métricas, analiza a tu audiencia y corrige tu estrategia para causar un mayor impacto.
- Escoge adecuadamente a tu público ideal.
- Juega con los formatos hasta que des con los que conectan con tu público.
- Orienta tus mensajes en base al tono de comunicación que se usa en cada red social.





HERRAMIENTAS QUE TE AYUDAN A POSICIONAR TU MARCA EN LAS REDES SOCIALES



DISEÑO



CANVA

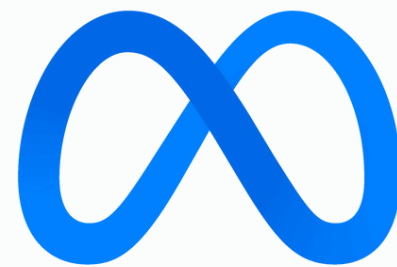


IN SHOT

GESTIÓN

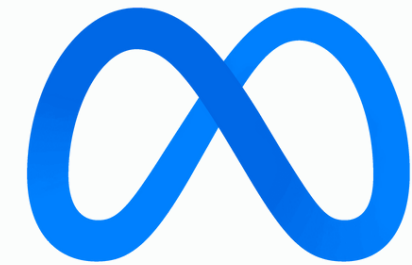


HOOTSUITE



META

ANÁLISIS



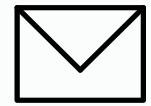
META

metricool

METRICOOOL



INFORMACIÓN DE CONTACTO



Dirección de correo electrónico

vanessagil@obeventos.com



Sitio web

<https://obmarketingdigital.es>

