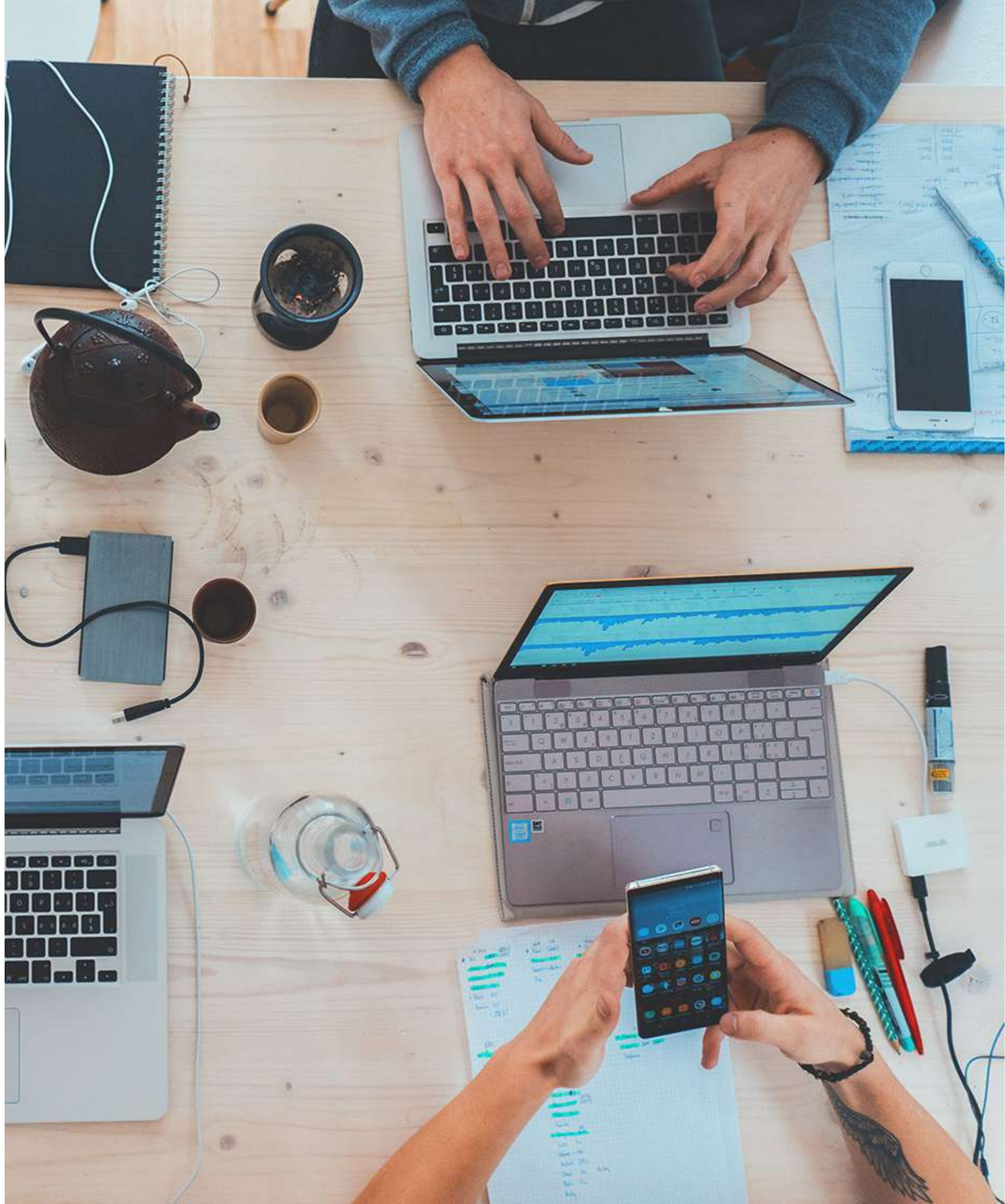
rumpelstinski

La agencia difícil de nombrar, fácil de recordar

11 ERRORES EN REDES SOCIALES



1. NO HACER SEGUIMIENTO DE TU AUDIENCIA EN REDES SOCIALES

No estás haciendo un seguimiento de tu audiencia.

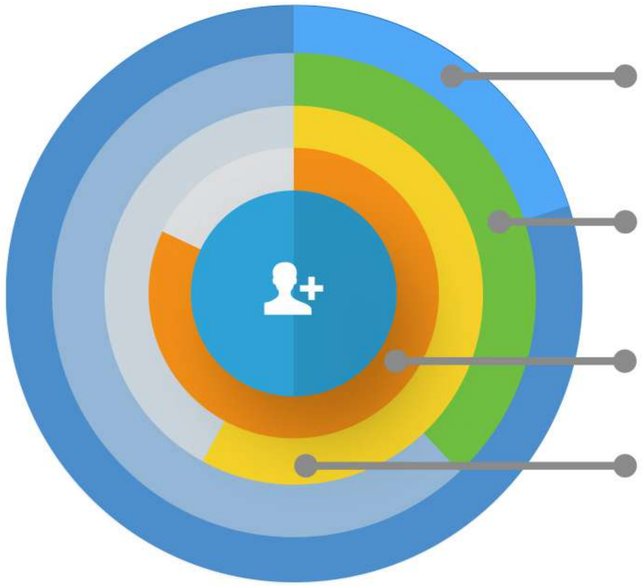
Cada una de las plataformas de redes sociales, te permite rastrear a tu audiencia y su comportamiento.

Te permite hacer un seguimiento de todos los visitantes, sus áreas de interés y, en muchos casos, crear audiencias específicas y segmentadas. Por ejemplo, carritos abandonados, páginas de interés y mucho más.

Esto te permite segmentar la audiencia con objetivos publicitarios. Puedes clonar tu audiencia para crear publicidad para **buyer personas** similares o explorar otras opciones.

No estamos hablando de remarketing sino de anunciar lo que quieres, cuando quieres a una audiencia segmentada e interesada.

2. NO DEFINIR UN BUYER PERSONA O QUE SEAN HIPOTÉTICOS



Sabemos que eres consciente de la importancia de la creación de **buyer personas.**

Te aconsejamos desarrollar entre dos y tres "personas" ideales para después crear ofertas, anuncios, landing pages y campañas con estas personas en mente.

Este ejercicio ya no es necesariamente teórico. De nuevo, puedes usar las capacidades de las redes sociales. Por ejemplo, puedes subir una lista de emails de tus clientes a determinadas redes e identificar el perfil demográfico de tu audiencia.

¿Qué pasa si no tienes esta lista?

Entonces examina la audiencia de tu sector y de tus competidores. Con este método podrás identificar a tu "persona". Crear una audiencia específica que esté interesada en tu oferta, te proporcionará más clientes y beneficios.

3. TU CONTENIDO NO DESTACA PERO QUIERES QUE TUS FANS PARTICIPEN

Crear contenido irresistible ha dejado de ser algo subjetivo. Los datos y la participación **(engagement)** proporcionan un **feedback real** de la aceptación de la audiencia.

Muchas marcas suelen caer en la trampa de compararse con sus competidores o industria y crear contenido basado en lo que hacen ellos. Estás compitiendo por “atención”. Debes buscar en diferentes industrias y comparar tus contenidos.

3. TU CONTENIDO NO DESTACA PERO QUIERES QUE TUS FANS PARTICIPEN (cont.)

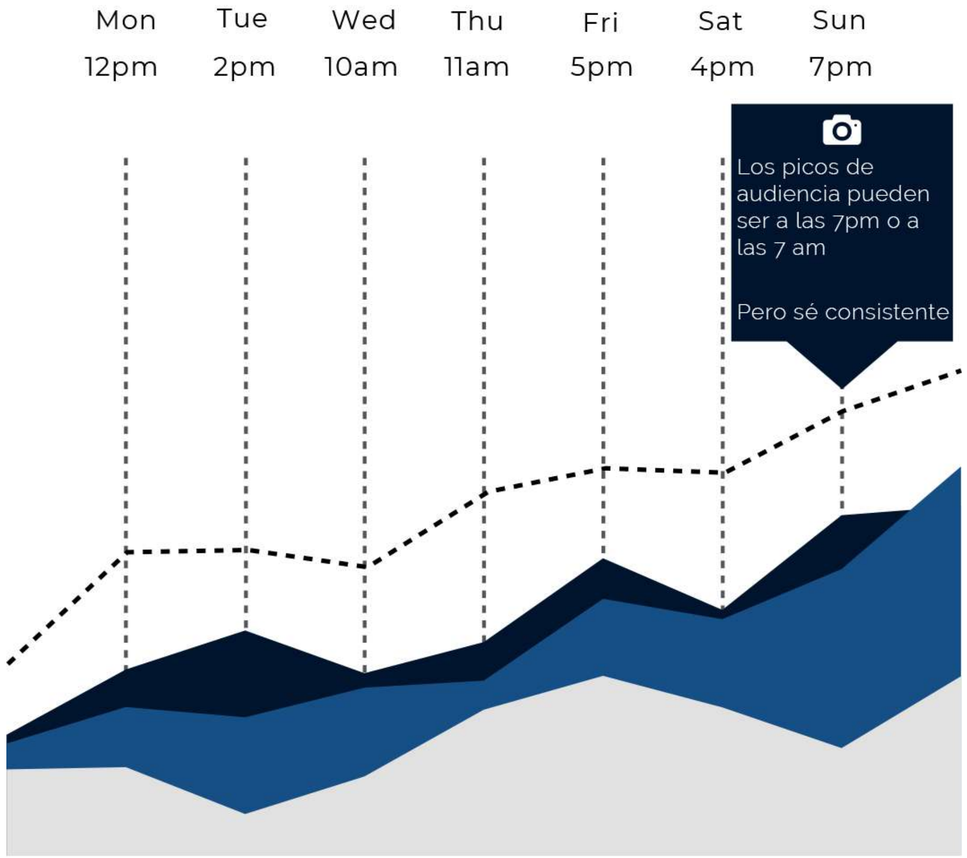
Si tu contenido “destaca” en las redes sociales, entonces se trata de contenido atractivo. Los datos nunca mienten, nos guste la respuesta o no.

HAY 60 MILLONES DE PÁGINAS DE EMPRESAS EN FACEBOOK

El **engagement medio** de **Facebook** es actualmente un **2%** pero **Facebook** recientemente ha anunciado que se centrará en posts de amigos y familiares penalizando a las marcas.

☺ Tu objetivo no es estar en la media ☺

4. FALTA DE CONSISTENCIA EN LA PUBLICACIÓN



Estás creando una audiencia, van a querer verte cada día.

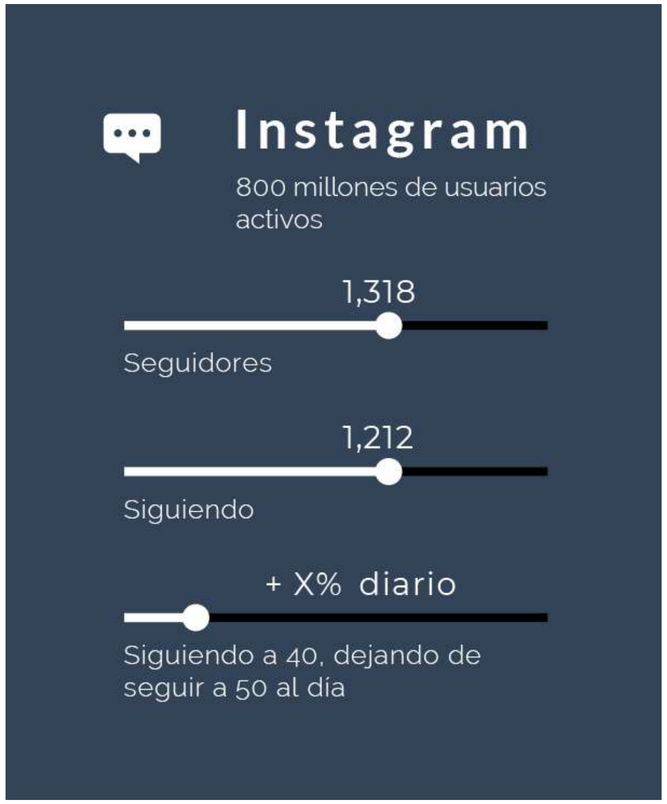
Uno de los mejores blogueros de marketing, ***Seth Godin***, escribe todos los días un post a la misma hora.

Esto lo que tu audiencia espera, consistencia. Si tu contenido es esporádico, o no buscas el momento óptimo para publicar para tu audiencia, tu **engagement** y tu intento por construir una audiencia se verán afectados.

Aquí tienes un consejo: No publiques cuando lo hagan los demás. Es como irse a casa en coche a la hora punta. Busca momentos en los que tus niveles de audiencia sean altos, pero el contenido de otros es probable que sea menor.

Quizás una franja horaria en la que todo el mundo se ha ido a casa, pero estos mismos usuarios están mirando sus teléfonos móviles.

5. MALOS CONSEJOS O IDEAS



Vemos a diario como se aconseja a muchas marcas que sigan y dejen de seguir a una audiencia en plataformas como **Instagram,** tratando de captar clientes potenciales.

Esta es una práctica común de agencias con malos estándares y de marcas mal aconsejadas. Especialmente en lo que se refiere a **Instagram,** que en estos momentos tiene más de **800 millones de usuarios.**

No es efectivo por muchas razones y daña a tu marca. Tu audiencia verdadera es la que te sigue basándose en la calidad de tu contenido, y su interés en tus servicios, productos y negocios.

6. LAS REDES SOCIALES SON GRATIS

Hemos oído mil veces esta frase pero no es correcta. Las redes son los nuevos medios de comunicación. Es como tener a todos los periódicos, vallas publicitarias, y emisoras de radio y televisión en la palma de tu mano. Y como en los medios tradicionales, anunciarse cuesta dinero.

Si consigues que tus anuncios sean efectivos, y la audiencia participe entonces el coste de los anuncios desciende.

6. LAS REDES SOCIALES SON GRATIS (cont.)

Recuerda que la meta de una plataforma de redes sociales es incrementar el **engagement** y el tiempo medio de uso. Los buenos anuncios funcionarán para ti y los malos te perjudicarán.

La diferencia con otro tipo de anuncios es que **la medición de datos es en tiempo real.**

En Estados Unidos ya se consumen 5,9 horas diarias de medios digitales.

7. NO HABLAR EL IDIOMA DE CADA RED SOCIAL

No eres consciente de que todas las plataformas usan un lenguaje diferente y haces cosas como usar **hashtags** en **LinkedIn** y **Facebook.**

Si no estás seguro de cómo usar cada plataforma, busca los mejores ejemplos en distintos sectores. Cada plataforma tiene sus matices y entenderlos desde el principio te garantizará un éxito mayor.

No hacerlo es como irse a vivir a China y esperar que todo el mundo hable español. Necesitas hablar el idioma local y ajustar el mensaje para que sea escuchado.

8. REACCIONAS LENTO O TE FALTAN CONOCIMIENTOS

Eres lento utilizando los nuevos desarrollos de redes sociales. Esto puede incluir **Facebook Messenger, Lead Ads, Instagram Stories, LinkedIn Matched Audiences, etc.**

Una vieja regla del marketing es ser el primero. **¡Sé siempre el primero!** Y si no puedes ser el primero, por lo menos sé el segundo.

Lo cierto es que se obtiene mayor **alcance** y **engagement** cuando eres el primero. Creemos que esto se debe a que las plataformas de redes sociales quieren promocionar sus nuevas ofertas y que las marcas las usen. Y para que esto ocurra otras marcas y usuarios deben experimentar o ver la nueva oferta.

8. REACCIONAS LENTO O TE FALTAN CONOCIMIENTOS (cont.)

LEAD ADS FACEBOOK

Una landing page en la red social recogiendo leads sin fricción.

MATCHED AUDIENCES LINKEDIN

Te permite anunciarte directamente ante la lista de público objetivo que te interesa.

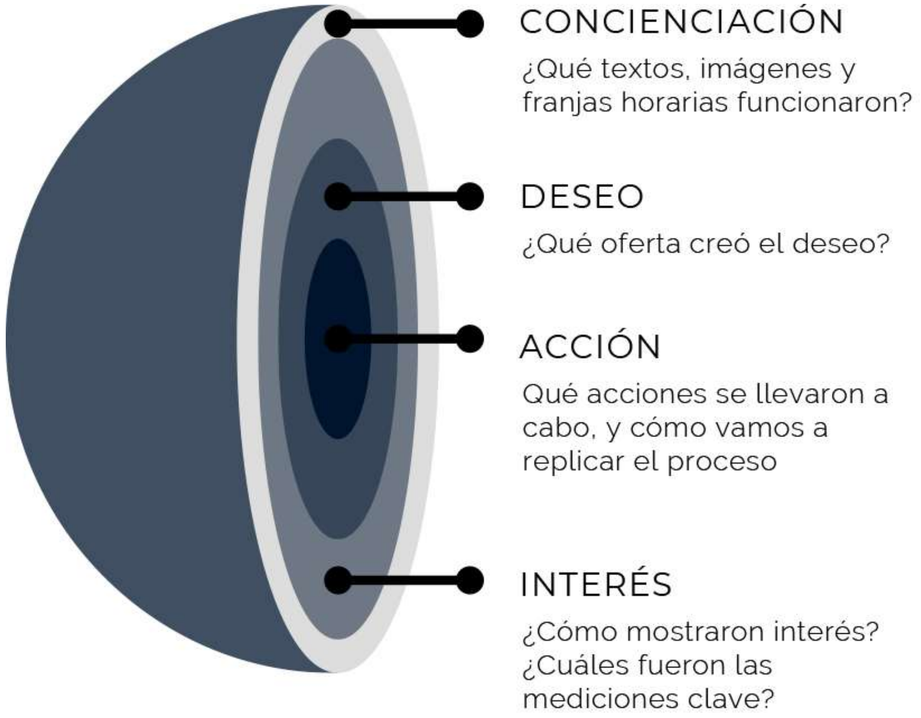
9. NO CONOCER TODAS LAS OPCIONES DE PUBLICIDAD

Tu negocio, sector, servicio y productos ya son bastante complicados.

La publicidad efectiva en redes sociales implica que debes conocer todas las opciones para comunicar tu mensaje. Competir por atención en las plataformas supone superar a otros. Para hacerlo, tienes que tener conocimientos que los demás no tengan.

Si estás creando posts promocionados o anuncios estándar en las redes sociales entonces hay mucha información que desconoces.

10. NO MEDIR PARA MEJORAR



Las redes sociales no son vallas publicitarias o anuncios en televisión o prensa.

Tienes **feedback en tiempo real** de la efectividad de un anuncio.

Los datos no mienten. Por lo tanto, puedes potenciar lo que está funcionando bien y retirar aquello que tiene peor rendimiento.

Imagínate que pudieses cambiar un anuncio de televisión por otro, en tiempo real, si observases que no está ayudando a tus ventas.

O emitirlo a nivel nacional si tuviese éxito a nivel local, en tiempo real. Y entonces imagínate que el coste de hacerlo bajase cuando incrementas el gasto porque tus anuncios son efectivos.

10. NO MEDIR PARA MEJORAR (cont.)

Sí, los anuncios efectivos cuestan menos que los no efectivos. ¿Por qué?

Sospechamos que es porque todas las plataformas de redes sociales se miden por **tiempo de uso.** Solo se puede incrementar el tiempo de uso a través del **contenido efectivo,** independientemente de que se trate de contenido de una marca o contenido de amigos.

11. NO NECESITAR AYUDA O ESTAR MAL ACONSEJADO

Crees que lo puedes hacer todo solo, o crees que la agencia que ha estado llevando tus relaciones públicas, anuncios en prensa y televisión, también puede encargarse de tus redes sociales.

Las redes son totalmente distintas a los medios de comunicación tradicionales y debes contar con profesionales que hablen su lenguaje.

Para ser efectivo en las redes sociales, necesitas a los profesionales adecuados.

rumpelstinski

La agencia difícil de nombrar, fácil de recordar

DIRECCIÓN

C/Castillo de Fuensaldaña, 4

P. Baja Oficina 14.

28232 Las Rozas

CONTACTO

(+34) 91 056 56 82

contacto@rumpelstinski.es

www.rumpelstinski.es