

UNIDAD 4



CREACIÓN DE PERFILES EN DIFERENTES PLATAFORMAS

- ✓ ¿Qué es un Community Manager o Administrador de Redes Sociales?
- ✓ Creación de Perfiles de Redes Sociales en las diferentes Plataformas
- ✓ Estrategias para la creación y gestión efectiva de un perfil empresarial
- ✓ Creación de Perfil de Empresa en Instagram
- ✓ Planificación de contenido y estrategias de participación
- ✓ Creación de una Fan Page en Facebook
- ✓ Tamaños de Publicaciones en Redes Sociales
- ✓ Creación de un perfil empresarial en TikTok y desarrollo de estrategias específicas para esta plataforma

¿QUÉ ES UN COMMUNITY MANAGER O ADMINISTRADOR DE REDES SOCIALES?



El Community Manager, también llamado Administrador de Redes Sociales, se trata de una persona que tiene como responsabilidad administrar y moderar las comunidades digitales de una empresa.

Es aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y actúa en consecuencia para conseguirlos

La labor del Community Manager es muy importante en las empresas y cada día se convierte en más estratégica para esta. La importancia del Community Manager es debido principalmente a:

- ✓ **Crea conversaciones:** El Community Manager es el enlace entre estas y la comunidad, a través de canales digitales. El Community Manager es responsable de utilizar Internet y las redes sociales para acercar la marca a la comunidad, creando conversaciones y crear enlace emocional.
- ✓ **Genera confianza:** El Community Manager permite crear una relación de confianza entre la empresa y su comunidad, lo cual es muy importante y definitivamente necesario para lograr una relación comercial duradera.
- ✓ **Aumenta conocimiento de clientes actuales y potenciales:** La gestión del Community Manager permite aumentar el conocimiento de clientes actuales y potenciales, lo que permite a las organizaciones aumentar el número de clientes y fidelizar los existentes.
- ✓ **Gestiona la reputación de la marca:** El Community Manager es el responsable de custodiar la reputación de la marca en canales digitales lo que lo convierte en alguien estratégico para la empresa, ya que la marca vale más que todos los demás activos de la empresa.
- ✓ **Se convierte en los oídos de la empresa:** El Community Manager se convierte en los oídos de la empresa en el mundo digital, lo que le permite recoger el feedback de estos y utilizarlo para proponer mejoras internas en la organización.

Dentro de las Funciones y responsabilidades de un administrador de redes sociales o Community Manager están:

- 1. Creación y gestión de contenido:** El administrador de redes sociales es responsable de crear y publicar contenido relevante y atractivo en las diferentes plataformas de redes sociales.
- 2. Interacción con la comunidad:** El administrador de redes sociales debe estar presente y activo en las cuentas de redes sociales de la empresa
- 3. Análisis y seguimiento:** El administrador de redes sociales debe realizar un seguimiento y análisis regular de las métricas de las cuentas de redes sociales para evaluar el rendimiento y la efectividad de las estrategias utilizadas
- 4. Investigación y planificación:** El administrador de redes sociales debe estar al tanto de las últimas tendencias y novedades en el ámbito de las redes sociales, así como investigar sobre la competencia y el público objetivo.
- 5. Publicidad y promoción:** En algunos casos, el administrador de redes sociales puede ser responsable de planificar y ejecutar campañas publicitarias en las redes sociales.
- 6. Atención al cliente:** El administrador de redes sociales también puede desempeñar un papel importante en la atención al cliente, ya que muchas personas utilizan las redes sociales

La relevancia de un administrar las redes en el ámbito empresarial

En la era de la tecnología y la comunicación digital, las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable para las empresas que buscan aumentar su visibilidad, interactuar con su audiencia y promover sus productos o servicios.

Desarrollo de estrategias: El administrador de redes sociales debe diseñar una estrategia clara y efectiva que se alinee con los objetivos de la empresa.

Creación y gestión del contenido: El administrador de redes sociales debe ser capaz de generar contenido relevante y atractivo para la audiencia. Esto implica la creación de publicaciones, imágenes, videos y otros formatos multimedia.

Análisis y medición de resultados: El administrador de redes sociales debe ser capaz de analizar y medir el impacto de las estrategias implementadas. Esto implica el seguimiento de métricas como el alcance, la interacción, las conversiones y el retorno de inversión.

Monitoreo de la competencia: El administrador de redes sociales debe estar atento a las acciones de la competencia y al panorama general del mercado. Esto implica realizar análisis de la competencia, identificar tendencias y oportunidades, y tomar decisiones basadas en dato

CREACIÓN DE PERFILES DE REDES SOCIALES EN LAS DIFERENTES PLATAFORMAS

Un perfil en una red social es una representación virtual de una persona, empresa u organización. Se trata de una identidad digital que nos permite interactuar en el mundo virtual. A través de un perfil, podemos compartir información personal, publicar contenido, seguir a otros perfiles y establecer conexiones con otros usuarios.

El funcionamiento de un perfil en una red social es sencillo. Una vez que nos registramos en una plataforma específica, como Facebook, Twitter o Instagram, creamos nuestro perfil proporcionando algunos datos básicos como nombre, foto de perfil, biografía, etc. Estos datos son visibles para otros usuarios de la red social.

Una vez que tenemos nuestro perfil configurado, podemos empezar a interactuar con otras personas y páginas. Podemos publicar contenido en forma de texto, imágenes o videos, comentar y dar «me gusta» a las publicaciones de otros perfiles, seguir a personas o páginas que nos interesen y participar en grupos o comunidades en línea.

Los perfiles en redes sociales también nos permiten personalizar nuestra experiencia en la plataforma. Podemos ajustar nuestras preferencias de privacidad para decidir quién puede ver nuestro contenido y quién puede interactuar con nosotros. Además, podemos seguir o dejar de seguir perfiles según nuestros intereses y necesidades.

CREACIÓN DE PERFILES EN DIFERENTES PLATAFORMAS

La coherencia de marca en todas las plataformas es esencial para establecer una identidad sólida y reconocible para transmitir un mensaje claro y unificado a tu audiencia a través de diferentes canales, como el sitio web, redes sociales, materiales de marketing y comunicaciones, genera confianza, reconocimiento, profesionalismo, fidelidad y diferenciación.

- ✓ **Consolidación de la identidad de la marca:** La coherencia visual y de mensaje ayuda a consolidar la identidad de la marca, lo que permite que los clientes la asocien con los valores y la propuesta de valor de manera rápida y clara.

- ✓ **Transmitir profesionalismo y seriedad:** La coherencia de marca transmite un mensaje de profesionalismo y seriedad, lo que brinda confianza en la calidad y confiabilidad de la empresa.

- ✓ **Generar confianza y lealtad:** Una identidad de marca coherente y positiva fomenta la confianza en los clientes, fortaleciendo así la lealtad a largo plazo.

- ✓ **Definir una identidad visual fuerte:** Desarrolla un logo y una paleta de colores alineados con los valores y la personalidad de la marca, y utilízalos de manera coherente.

ESTRATEGIAS PARA LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE UN PERFIL EMPRESARIAL

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para las empresas y marcas que desean establecer una presencia sólida en línea.

- **Visibilidad y alcance:** Las redes sociales son una excelente manera de llegar a una gran cantidad de personas. Con millones de usuarios activos diariamente, estas plataformas ofrecen la oportunidad de aumentar la visibilidad de una empresa o marca, alcanzando a un público mucho más amplio que con otros medios de comunicación tradicionales.
- **Interacción con la audiencia:** Las redes sociales permiten una comunicación bidireccional con los seguidores. Esto significa que las empresas pueden interactuar directamente con su audiencia, responder preguntas, resolver problemas y establecer relaciones más cercanas y auténticas.
- **Generación de leads y ventas:** Una estrategia efectiva en redes sociales puede contribuir significativamente a la generación de leads y al aumento de las ventas.
- **Construcción de marca:** Las redes sociales brindan la oportunidad de construir y fortalecer la imagen de una marca. A través de contenido relevante y de calidad, las empresas pueden transmitir los valores y personalidad de su marca, diferenciarse de la competencia y ganarse la confianza y lealtad de los seguidores.

CREACIÓN DE PERFIL DE EMPRESA EN INSTAGRAM



¿Por qué crear un perfil de empresa en Instagram?

Instagram tiene más de 800 millones de usuarios activos, según los datos de Instagram Business, y el 80% de esos usuarios siguen a alguna empresa. Teniendo en cuenta estos datos y siendo que hay millones de perfiles de empresa en Instagram.

Volviendo al plano del marketing digital, una de las ventajas más importantes y que ya hemos comentado es la posibilidad de hacer publicidad en la plataforma. Al hacer campañas en Instagram, podrás acceder a la segmentación de audiencias de Facebook e Instagram Ads, una herramienta muy potente que te permitirá elegir muy concretamente a la audiencia que deseas impactar.

El engagement de Instagram, según diferentes estudios, es bastante más alto que otras redes sociales como Facebook o Twitter. Esto es, probablemente, debido a que cada vez más se añaden nuevas funcionalidades a la red social para estar siempre al día de las nuevas tendencias y es por eso que el nivel de compromiso de sus usuarios es alto.

CREACIÓN DE UNA FAN PAGE EN FACEBOOK

Una Fan Page es una página de Facebook especialmente diseñada para empresas y marcas. Aspectos clave que demuestran la importancia de contar con una Fan Page para tu negocio:

- ✓ **Visibilidad y alcance:** Facebook cuenta con más de 2.8 mil millones de usuarios activos mensuales, lo que representa una oportunidad única para que tu negocio llegue a una gran audiencia.
- ✓ **Interacción directa con los clientes:** A través de una Fan Page, podrás establecer una comunicación directa con tus clientes que permitirá responder preguntas, resolver dudas, recibir comentarios y sugerencias, e incluso manejar reclamaciones de manera rápida y eficiente.
- ✓ **Promoción y publicidad:** Una Fan Page te ofrece múltiples herramientas de promoción y publicidad. Podrás crear anuncios segmentados para llegar a tu público objetivo, promocionar ofertas especiales, organizar concursos y sorteos, publicar contenido relevante y atractivo, entre muchas otras opciones.
- ✓ **Analítica y métricas:** Facebook proporciona herramientas de análisis que te permiten medir el rendimiento de tu Fan Page.
- ✓ **5. Reputación y credibilidad:** Contar con una Fan Page bien diseñada y actualizada transmitirá una imagen profesional y confiable de tu negocio. Los usuarios confían en las empresas que tienen una presencia activa en las redes.

TAMAÑOS DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES



Tamaños básicos de las imágenes en Instagram

- Foto de perfil: 320 x 320 px
- Paisaje: 1080 x 566 px
- Retrato: 1080 x 1350 px
- Cuadrado: 1080 x 1080 px
- Historias y reels: 1080 x 1920 px

Tamaños básicos de las imágenes en Facebook

- Foto de perfil: 170 x 170 px
- Paisaje: 1200 x 630 px
- Retrato: 630 x 1200 px
- Cuadrado: 1200 x 1200 px
- Historias y reels: 1080 x 1920 px
- Foto de portada: 851 x 315 px

Tamaños básicos de las imágenes en X (antes Twitter)

- Foto de perfil: 400 x 400 px
- Paisaje: 1600 x 900 px
- Retrato: 1080 x 1350 px
- Cuadrado: 1080 x 1080 px
- Foto de portada: 1500 x 500 px

Tamaños básicos de las imágenes en LinkedIn

- Foto de perfil: 400 x 400 px
- Paisaje: 1200 x 627 px
- Retrato: 627 x 1200 px
- Cuadrado: 1080 x 1080 px
- Foto de portada: 1128 x 191 px

Tamaños básicos de las imágenes en TikTok

- Foto de perfil: 200 x 200 px
- Paisaje: 1920 x 1080 px
- Retrato: 1080 x 1920 px
- Cuadrado: 1080 x 1080 px
- Historias: 1080 x 1920 px

CREAR UN PERFIL EMPRESARIAL EN TIK TOK



Crear un perfil empresarial en TikTok es el primer paso para tener éxito en la plataforma. Un perfil completo y bien optimizado te ayudará a conectar con tu público objetivo o target y aumentar el conocimiento de tu marca.

Para crear un perfil empresarial en TikTok, sigue estos pasos:

- ✓ Descarga la aplicación TikTok y crea una cuenta.
- ✓ Selecciona la opción "Perfil de empresa".
- ✓ Ingresa la información de la empresa.
- ✓ Sube una foto de perfil y un video de banner.
- ✓ Agrega una descripción de la empresa.

Optimizar tu perfil de empresa para que sea fácil de encontrar

- ✓ Utiliza palabras clave relevantes en el nombre
- ✓ La descripción de la empresa.
- ✓ Sube una foto de perfil y un video de banner de alta calidad.
- ✓ Agrega un enlace a tu sitio web.
- ✓ Mantén tu perfil actualizado con información precisa.