

2 Trace el recorrido del cliente

El recorrido del cliente o comprador se refiere a las experiencias que las personas tienen antes de decidir comprar un producto o servicio y se pueden dividir en tres etapas aproximadamente.

Etapas 02:

★ **Consideración:** Es cuando el cliente se interesa por el negocio o producto

Una vez que el público conozca su negocio, el empresario debe centrarse más en las ventajas específicas de sus productos y servicios. Es un buen momento para mencionar las características que los destacan sobre la competencia ya que los clientes comparan marcas.



2 Trace el recorrido del cliente

El recorrido del cliente o comprador se refiere a las experiencias que las personas tienen antes de decidir comprar un producto o servicio y se pueden dividir en tres etapas aproximadamente.

Etapas 03:

★ **Conversión:** El cliente decide comprar un producto o servicio

En la etapa de conversión se debe transmitir mensajes que favorezcan la culminación del recorrido hasta concretar la compra. Por ejemplo, promociones y ofertas especiales que animen a los clientes a realizar una acción inmediata.



3 **Define los objetivos de marketing**

Tenga sus propios objetivos de marketing teniendo en cuenta el enfoque **SMART** (inteligente en inglés)

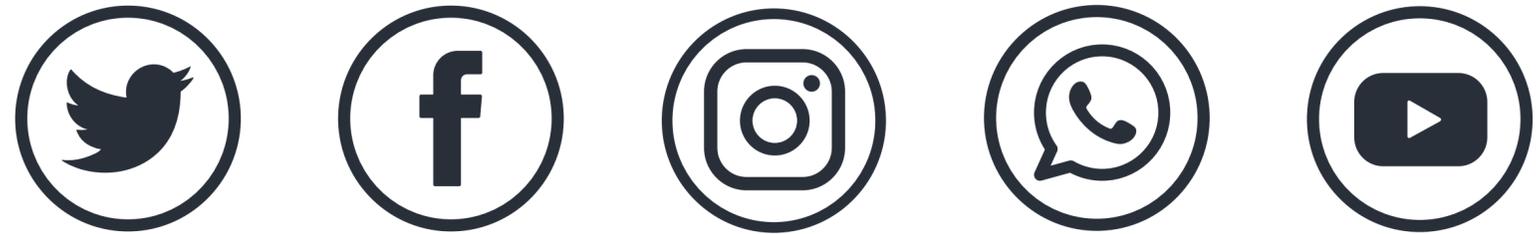
- ★ **Específico (S):** El objetivo debe ser claro y específico y poder expresarse de manera que cualquiera lo pueda entender. **Ejemplo: vender 100 productos; obtener 200 nuevos suscriptores o generar 20 clientes potenciales.**
- ★ **Medible (M):** Tenga en cuenta las métricas que usará para evaluar si alcanzó el objetivo. Deben ser cuantificables (como ventas, ingresos o números de visitas a un sitio web) y se deben poder medir de una manera objetiva (**cantidad, calidad o costo**). Estas métricas se registrarán en números o porcentajes.

3 **Define** los objetivos de marketing

Tenga sus propios objetivos de marketing teniendo en cuenta el enfoque **SMART** (inteligente en inglés)

- ★ **Alcizable (A): Sea realista.** Establezca objetivos que usted y su equipo puedan alcanzar con los recursos que tienen disponibles.
- ★ **Relevante (R): Asegúrese de que sus objetivos estén alineados con su estrategia comercial general.**
- ★ **Temporal (T): Sus objetivos debe tener fecha de inicio y finalización.** Eso le ayudará a alcanzarlos en un plazo determinado y hacer seguimiento de los logros que va completando en el proceso.

4 Elija sus canales de redes sociales



El panorama de las redes sociales está compuesto por diferentes plataformas y apps que permiten conectarse y compartir contenido de distintas formas. Las personas suelen interactuar con varias plataformas de redes sociales y las usan con diferentes propósitos. Por ejemplo, visitan una plataforma para ver las noticias más recientes, otra para establecer conexiones profesionales y otra para descubrir las novedades de sus famosos favoritos.

5 **Cómo determinar los canales adecuados para su negocio**

Cree un objetivo

Seleccione las plataformas que se ajustan a su objetivo para usar los medios sociales. Por ejemplo, es posible que quiera:

- ★ Aumentar el reconocimiento y llegar a nuevos públicos.
- ★ Interactuar con los clientes.
- ★ Aumentar las ventas.
- ★ Ofrecer servicio de atención al cliente.

O bien, una combinación de todas estas opciones. Sin importar cuál sea su objetivo específico, deberá descubrir cuál es el canal adecuado para poder lograrlo.

6 **Diferentes maneras de conectarse**

El panorama de las redes sociales tiene una gran variedad de plataformas disponibles.

Veamos las principales:



Ayuda a las personas a conectarse entre ellas y con las marcas que les interesan. Con herramientas empresariales gratuitas, estadísticas y una gran comunidad mundial, Facebook también puede ayudarte a hacer crecer su negocio. Los formatos disponibles en Facebook incluyen publicaciones e historias. También puedes crear grupos y organizar eventos para consolidar tu comunidad.

6 **Diferentes maneras de conectarse**

El panorama de las redes sociales tiene una gran variedad de plataformas disponibles.

Veamos las principales:

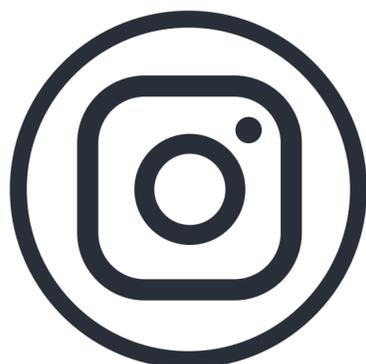


Es una red estructurada para compartir experiencias y vivencias en el momento en el que suceden.

6 **Diferentes maneras de conectarse**

El panorama de las redes sociales tiene una gran variedad de plataformas disponibles.

Veamos las principales:



Es una comunidad dinámica de personas que buscan inspiración y descubrir contenido que les resulte interesante, lo que incluye a marcas y negocios. Cuente la historia de su marca en Instagram con fotos y videos, que puede editar con las herramientas en la app, y con historias interactivas, que puede compartir en tiempo real.

6 **Diferentes maneras de conectarse**

El panorama de las redes sociales tiene una gran variedad de plataformas disponibles.

Veamos las principales:



Es una forma de conectarse con un público mundial. Puede usar WhatsApp para consolidar su presencia comercial, enviar información y responder a sus clientes. En WhatsApp, puede enviar mensajes de texto con fotos, videos y GIF.

7 **Cuente la historia de su empresa**

Una marca es el conjunto de asociaciones que las personas hacen sobre un producto o negocio. Como las personas tienen distintas personalidades, los negocios tienen marcas.

Su marca ayuda a determinar cómo se sienten las personas en relación con su negocio y cómo ellas la describirían a otros.

Una marca es más que un simple logotipo. Incluye lo siguiente:

- ★ Estilo
- ★ Comunicación
- ★ Comportamiento

Una marca bien definida puede ayudar a los negocios a mantener la coherencia y lograr que las personas los reconozcan en todas las interacciones.

8 Cree y administre un calendario de contenido

Todo lo que publique en redes sociales en nombre de su negocio (publicaciones, fotos, videos, historias y anuncios) es contenido. Un calendario de contenido es una manera de planificar y organizar su calendario de publicaciones en los medios sociales.



Incluye:

- ★ Qué compartirá
- ★ Cuándo lo compartirá
- ★ Dónde lo compartirá

8 Cree y administre un calendario de contenido

Todo lo que publique en redes sociales en nombre de su negocio (publicaciones, fotos, videos, historias y anuncios) es contenido. Un calendario de contenido es una manera de planificar y organizar su calendario de publicaciones en los medios sociales.

Un calendario de contenido puede ser útil para:

- ★ Establecer un proceso para crear contenido
- ★ Organizar el momento, el lugar y la manera en que el contenido se mostrará
- ★ Compartir contenido de forma constante para que los clientes te tengan presente cuando decidan hacer una compra



Cuando cree el calendario de contenido, intente usar estos tres temas: atraer, informar y entusiasmar para generar contenidos de valor para los clientes.

9 **Cree mensajes auténticos**

¿Por qué crear contenido?

Cuando crea contenido en las sociales puede:

- ★ Contar la historia de su negocio.
- ★ Atraer al público.
- ★ Conectarte con clientes nuevos.

El contenido en las redes sociales tiene dos elementos principales: texto y elementos visuales.

El elemento visual es la foto o el video, y el texto es lo que cuenta la historia detrás de esa foto o ese video.

10 **Consejos para crear contenido**

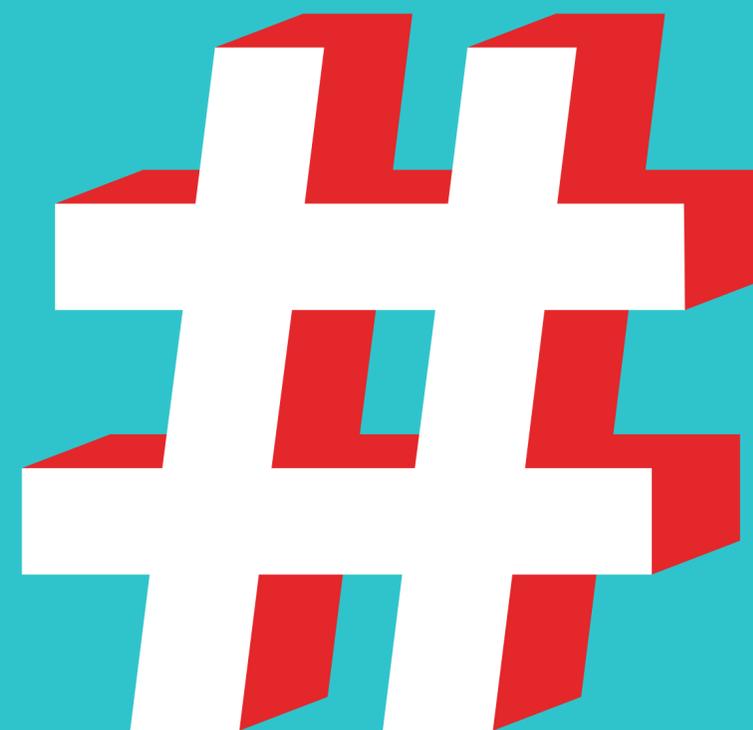
El texto es una parte importante de todas las publicaciones de medios sociales. Veamos algunos consejos que te pueden ayudar a escribir un texto atractivo.

- ★ **Sea breve y amigable: Escriba un texto breve para captar la atención de inmediato. Coloca la información más importante primero.**
- ★ **Anime a las personas a interactuar: Sea directo si quiere que sus seguidores realicen una acción. Por ejemplo, si tiene un newsletter semanal, el texto adecuado podría ser: "Registrarte".**

10 **Consejos** para crear contenido

El texto es una parte importante de todas las publicaciones de medios sociales. Veamos algunos consejos que te pueden ayudar a escribir un texto atractivo.

- ★ **Usa Hashtags en Twitter e Instagram:** Busque hashtags, menciones y etiquetas relevantes para su negocio y agréguelos al texto en Instagram o Twitter. De esa manera, las personas interesadas en estos temas pueden encontrarlo, que es fundamental para ampliar el público y atraer comunidades que le interesan.



GRACIAS



ALCALDÍA LOCAL
DE BOSA

