

5 Razones Para Usar Marketing Con Las Redes Sociales

Consumidores y posibles clientes visitan una **gran variedad**  **de canales sociales**, ya sea para el ocio, obtener información, usar como acceso, ó para socializar. Con esto podemos ver que las diferentes redes sociales nos brindan un nicho bastante bueno al que podemos explotar, pero antes de dar un buen trabajo, es necesario conocer algunas pautas que nos aseguren buenas bases para obtener lo que necesitamos: una **buena ganancia**.

Sin duda alguna debemos de aprovechar la [diversidad de redes sociales](#), para el beneficio de nuestra empresa, nuestra marca ó nuestro producto. Pero, simplemente conectando una marca ó producto en los diversos canales sociales, no va a ser un trabajo eficaz. Demasiados esfuerzos de **mercadeo social** no logran reconocer la importancia vital de la publicación de contenido que la gente realmente necesita.

Es por esto que en este articulo te compartiremos **cinco razones para desarrollar un contenido de calidad**, y usarlo como parte de una solida **estrategia de marketing** ;)

1. Haz contenido para

personas como usted

Tal como en el SEO, el [contenido es el rey](#), este te hace bastante popular en las redes sociales. He aquí un pequeño ejercicio práctico. «**Bill**» administra numerosas **plataformas de medios sociales**. Tiene cuentas con canales que tal vez nunca has oído hablar. «**Tom**», sin embargo, es usuario solo en Twitter. Todos los días, Tom envía tweets, enlaces a artículos que él y otros miembros de su medio han escrito, y de vez en cuando publica algo extra como un enlace a un vídeo. **Bill** nunca publica nada, sólo el le da likes a todos y de regreso también los obtienes. ¿Cuál de los dos consigue cosas útiles de las redes sociales? La idea es hacer algo que no hacer nada. Bill está reuniendo una **gran cantidad de seguidores** sin relación que no se preocupan por él ó su contenido. Tom no está esperando por las acciones sociales, **les está dando una razón para hacerlo**. El contenido es lo que la gente quiere encontrar en los distintos medios sociales.

Por ejemplo, cuando alguien llega a Facebook, está buscando lo que sus amigos y familiares han publicado; **eso es contenido**. A menudo se han publicado vídeos, imágenes y enlaces a otros sitios y artículos. En otras palabras, las personas acceden a los sitios de medios sociales para **crear y consumir contenido**.

2. El contenido hace que las personas encuentren

Los canales sociales son sitios bastante concurridos. Hay alrededor de 1,1 millones de **usuarios en Facebook**, y entre 300 millones y 540 millones en **Google+**. El contenido te hace localizable porque es lo que la gente está buscando en el primer lugar. En las búsquedas fuera de los canales sociales, los contenidos aumentan posicionamiento en los buscadores, lo que hace más fáciles de encontrar de inmediato. Con los [medios sociales](#), el contenido hace que se pueda encontrar fácilmente, ya que le identifica y porque te hace participar en las conversaciones que ya se están realizando.

Cada pieza de contenido que publica es una contribución a una conversación a sus clientes potenciales, o una invitación para unirse a ella. Gran contenido va extendiéndose por los canales sociales de una manera que «comprar nuestros productos» nunca pudo hacerlo. Nadie quiere compartir mensajes de ventas con sus amigos, pero el gran contenido que vale la pena compartir

es lo que la gente usa los medios sociales en el primer lugar.

3. El contenido hace que la gente confíe en usted

Una investigación realizada por Nielsen muestra resultados del 90 por ciento de los encuestados que confían en las recomendaciones de sus amigos y familiares, un punto clave para los vendedores en línea. Por el mismo grupo, sólo el 33 por ciento confiaba en los mensajes de publicidad en gráficos. Pero el marketing de contenidos no es una forma de llevar a cabo la publicidad tradicional en línea. No se trata de gritar a la gente, se trata de hablar con ellos. El **marketing de contenidos** es cómo usted se convierte en el «boca a boca» que la gente confía.

4. El contenido hace que la gente te escuche

Las personas que se preocupan por alguien, desean escuchar historias acerca de él, y como diversos canales de comunicación social hacen uso de las **búsquedas por hashtags**, los contenidos son más fáciles de encontrar. Cuando la gente encuentra el contenido que redactó sobre su tema de interés, van a querer interactuar con su marca y van a formar una opinión positiva de ella. Ellos le recuerdan, no por sus frases pegadizas, sino por ser su fuente preferida de información sobre un tema que les interesa. Cuando quieren hacer una compra en su espacio, el contexto de su decisión estará formado por su contenido.

5. El

contenido hace que la gente te compre cosas

La creación de una estrategia social en torno a la comercialización de contenidos le permite comenzar un proyecto solido, donde su contenido será el comienzo de algo viral, lo que lleva a la gente a la presencia social de su marca. Se beneficiará de las comunidades de fans, desde medios ganados, y de contenido generado por usuarios. Alentar a los fans a ofrecer sus propios contenidos es una de las maneras más eficaces de la comercialización de contenidos en los medios de comunicación social.