

Los 15 minutos para redes sociales, ¿bastan? ¿Son suficientes? Social Media Marketing

Los 15 minutos para redes sociales, ¿bastan? ¿Son suficientes? Social Media Marketing. Las redes sociales siguen estando en boga; prácticamente no hay empresa que no tenga perfil en estos medios y que no este haciendo algún tipo de interacción o labor dentro de las mismas. Vamos a detallar algunos posibles errores que cometemos con estos medios tecnológicos y a puntualizar algunos consejos al respecto. ¿Por qué hacemos esto? Porque en en nuestra empresa tenemos a miles de pequeños, medianos y grandes emprendimientos que apalancan su crecimiento en Facebook, Twitter o Pinterest por ejemplo. Seguramente a ellos les sean provechosos estos tips.

Foco y target

El primer gran error es querer estar en todas, cuando la inteligencia colectiva dicta que es preciso focalizar nuestra atención, de acuerdo a nuestros recursos y disponibilidad de tiempo y a aquellas donde efectivamente se halle nuestro target.

Hay aquí varios elementos sobre los que quiero llamar la atención:

- Focalizar la atención, si nos dispersamos en, por decir algo, 10 redes sociales, quizás no seamos fuertes en ninguna (salvo que seamos una multinacional con contenido y personal suficiente para hacerlo con profesionalismo).
- Recursos para las redes sociales, no solo hablamos de

dinero constante y sonante para patrocinar el contenido y pagar a los profesionales calificados para que planifiquen, administren, analicen y produzcan material relevante para las mismas. Hablamos también de medios de pago para patrocinar el contenido y que conduzca a más visibilidad y engagement de acuerdo a nuestra proyección.

- ¿Dónde se encuentra nuestra clientela? Habrá quien diga, por residir como nosotros en Latinoamérica, que hay que estar necesariamente en Facebook porque prácticamente la mayoría de la población del continente se encuentra allí. Es posible que sea cierto. Pero también hay que considerar la cantidad de “bulla”, de “ruido”, de “montonera”, de “congestión” o de “saturación” de la misma con mensajes comerciales.

La razón de ser de las redes sociales

¿Cómo vinieron a la existencia las redes sociales y sobre todo las sobrevivientes de este medio? Por la necesidad de contactar, compartir, relacionarse y hacer parte de un equipo, de un conglomerado, algo tan innato del ser humano. La necesidad para que una persona esté en redes sociales no es que le vendan, es recibir información, entretenerse, compartir, equiparar valores, identificarse con los objetivos de nuestra organización. Claro que las Compañías necesitan vivir de algo; a la larga hay que vender y apalancados en redes sociales podemos lograr también este propósito comercial, pero no es la razón de ser número 1 de estar en las redes sociales. Cuando perdemos de vista el norte, podemos fracasar estrepitosamente.

Calidad y cantidad de tiempo

Cuando publicamos sin un plan, sin un norte, cuando sobre la marcha vamos improvisando, cualquier meta es un triunfo y, sobre todo, nos volvemos “creativos” al 100%. Para expresarlo de otra forma, no es suficiente con copiar y pegar un link de nuestro blog para cumplirle a los fans, si no invitamos a interactuar, si no sabemos de tendencias del día o de lo que se está hablando. Podemos estar en el lugar equivocado.

Por eso los expertos reiteran que dedicar 15 minutos al día a las redes sociales es desperdiciar el tiempo y la plata, así de sencillo. Y peor aún, que cualquiera, el primo favorito, por ejemplo, que pasa mucho tiempo en internet pero que no tiene formación marketing online ni mucho menos en social media, administre nuestras redes sociales; es todo un cóctel para el fracaso.

Si vamos a hacerlo es preciso realizarlo bien, así de sencillo, aplica tanto para el social media marketing como para la vida. Requiere dedicación, estudio (aunque no lo crean, no solo de lo teórico sino de las noticias, de los competidores, de la gente, de la sociedad), monitoreo constante y regular, de la planeación para el año (suena exagerado pero solo los triunfadores de los medios sociales saben a qué me refiero) y un margen para las ocasiones especiales, también necesarias.

¿Significa que debo tener personal 24/7 solo para esto? Es factible que con medio tiempo sea suficiente para pequeños emprendimientos pero para empresas medianas, si, es necesario y vale la pena hacerlo. El proceso bien dirigido conduce a prospectos calificados de manera habitual y redituable.

El profesionalismo en redes sociales es una gran inversión, compensa con creces; inténtelo y lo comprobará.

Leer también: [Origen de las redes sociales en internet; ¿Su equipo de marketing pronto será reemplazado por robots o Inteligencia artificial?; ¿Cómo Big Data está revolucionando el marketing? ¿Se lo ha preguntado?](#)