

¿Que Red Social Elegir Para Nuestro Negocio?

La posición de cualquier **Marca Comercial** depende de muchos factores, uno de ellos es la Red Social que existe en la web. Y muchas veces nos preguntamos: **¿Que Red Social Elegir Para Nuestro Negocio?**. Para el crecimiento de una marca comercial se aconseja **estar activo en diversas redes sociales**. Esto es verdad, pero, a menos que su negocio cuente con un **coordinador de medios de comunicación social dedicado**, encontrar el tiempo para mantener todas las plataformas que existen puede tornarse en una tarea tediosa.

Si estas empezando en la Web ó quieres fortalecerte en ella para gobernar, te compartiremos una guía para elegir la mejor plataforma(s) social para su negocio, y cómo sacar el máximo provecho de ellos.



1. Twitter

- **Quién lo utilizaría?:** Sin duda alguna todo el mundo, desde clientes «pequeños» hasta potenciales clientes.
- **Lo que se comparte:** Liderar las conversaciones, interactuar directamente con las marcas y los clientes.
- **Frecuencia de la publicación:** Varias veces al día.

Twitter es la democracia dominante de la economía social-compartir. Relevancia, la personalidad y la brevedad son las claves para hacer que su voz sea escuchada.

Diversos temas se tratan en esta plataforma social, y muchos hacen parte de ella. La única pregunta: ¿Es usted parte de ella?

2. Instagram

- **Quién lo utiliza?:** Aquellos que les interesen un estilo de vida, una marca, un negocio, o algo bastante específico.
- **Lo que hay que compartir:** Compartir material visual, los vídeos deben ser cortos (menos de 15 segundos)
- **Frecuencia de la publicación:** Una vez al día

Instagram se basa en las marcas con contenido visual en el horario donde habrán clientes potenciales. Debemos crear y publicar contenido. Tal vez quieras experimentar con tu propia base de usuarios y seguidores, pero es probable que el mejor momento para orientar tu marca será el de llegar a los ojos de cierta audiencia durante sus viajes al trabajo, noches y fines de semana.

3. LinkedIn

- **Quién puede utilizarlo:** Las empresas (sobre todo los proveedores de servicios B2B), los reclutadores de nuevos talentos y aquellos que buscan trabajo
- **Lo que hay que compartir:** Ofertas de trabajo, descripciones de la empresa, lo que ofrece un empleado potencial, lo que busca un reclutador de trabajadores.
- **Frecuencia de publicación:** De dos a cuatro veces a la semana

Mantenga una descripción de la empresa y en la página de perfil sea consciente del SEO para las palabras clave. Asegúrese de que las personas de su organización son apropiadas, los profesionales sean afines a lo que ofrece tu negocio. No hay ningún sitio en línea donde los empleadores y los empleados están más íntimamente ligados.

4. Facebook

- **¿Quién puede utilizarlo?:** Todo el mundo !
- **¿Qué se comparte?:** Todos los tipos de contenido en línea, eventos, anuncios y mucho mas.
- **Frecuencia de publicación:** Una vez o dos veces al día

De todas las redes sociales, **Facebook** es el mejor equipado para compartir linealmente respuestas a un mensaje pidiendo una pregunta o iniciando una conversación. Esta red es lo social de lo social.

5. Google+

- **Quién puede utilizarlo:** Marcas, redes importantes para tu negocio.
- **Lo que hay que compartir:** Más formal y profesional que **Facebook**; los **Hashtags** tiene gran valor de búsqueda.
- **Frecuencia de la publicación:** Una vez o dos veces al día.

Como alternativa propuesta de **Google para Facebook**, las **palabras clave y la optimización de motores de búsqueda** son fundamentales para el atractivo de **Google+**. Enlace a menudo el contenido de tu propio sitio web para dirigir este impulso de búsqueda donde más lo desea.

6. YouTube

- **¿Quién puede utilizarlo?:** Las marcas con contenido de vídeo y los anuncios.
- **¿Lo que hay que compartir?:** Video corto (menos de 1,5 minutos) de contenido de vídeo. Aunque hay video tutoriales que podrías hacer y que sean virales para llamar publico.
- **¿Frecuencia de la publicación?:** Una o dos veces a la semana.

7. Pinterest

- **Temas De Interes:** Moda, comida, diseño y viajes; tiene una gran audiencia femenina.
- **Lo que hay que compartir:** Creatividad en contenido, visual
- **Frecuencia de la publicación:** Varias veces al día

El contenido esta categorizado y se manejan las palabras clave, con esto, la información es mas fácil de encontrar. Pinterest se diferencia de otros motores de búsqueda populares en gran medida a favor de los contenidos recientes.