

TEMA 4 **GESTIÓN DEL TIEMPO EN REDES SOCIALES**



NADIE DIJO QUE SOCIAL MEDIA FUERA FÁCIL....

Y en cuanto alguien pregunta si es caro...

“No, no es caro, o sí..., pero es caro de una forma diferente..., aunque también puede llegar a serlo”.

Lo que sucede es que para tener **éxito en la redes sociales** hay que interactuar todos los días y a “todas horas”: *gestión de las redes sociales, reputación de marca, alcance, servicio al cliente, dinamización, creación de contenido...* y todo, lleva su **tiempo**.

El quid de la cuestión, a tener muy claro: no hay atajos, aunque haya quienes quieran obtener determinados resultados sin hacer los pasos necesarios...

Hay que **interactuar con los usuarios de la marca**, con los **seguidores**, hay que **responder**, hay que hacer **seguimientos** y si es necesario hay que hacerlo uno a uno... Lo cual implica mucho más **tiempo**, claro está.

Bueno, si uno quiere llegar a cientos, miles o millones de clientes puede invertir en **anuncios pagados**.

En las pequeñas empresas nos encontramos con que o no hay un puesto de Community Manager o lo contratan externamente o hay alguien en la empresa que se va a dedicar a hacer dichas tareas.

La cuestión es que parece que el trabajo de un **gestor de medios sociales** nunca se acaba de hacer. No importa a qué hora del día o día de la semana, siempre hay algo más urgente que hacer y mientras los medios sociales se mueven a un ritmo astronómico, con lo que puede ser difícil mantenerse al día.

Comer el almuerzo en el escritorio, mientras se hace la comprobación de mensajes de Facebook, Twitter y LinkedIn.

14:00-17:00

Artículos de investigación relevantes para compartir con la comunidad online de la marca.

Nuevas comprobaciones de mail y redes sociales para nuevas aportaciones.

Responder a cualquier mail o mencione, comentarios...

Revisar constantemente la monitorización para identificar factores de influencia para conectarse con ellos.

Quedar atrapado en no uno, sino dos temas del momento en Twitter.

¿Cómo, son ya las 17:00?

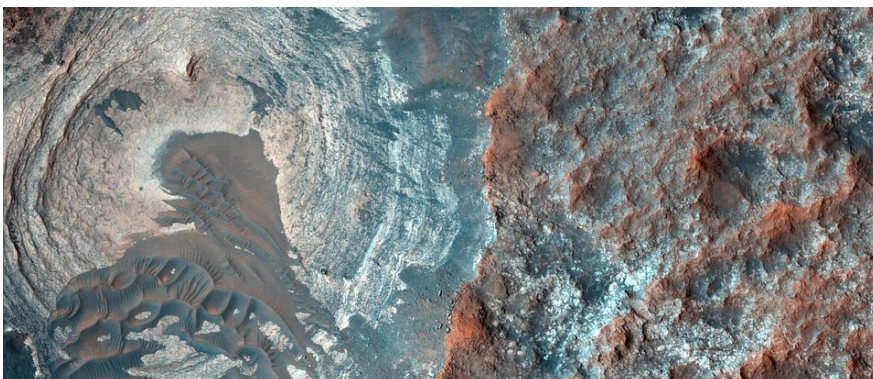
17:00 - medianoche

Análisis diario de los medios sociales.

Preparar los primeros mensajes sociales para la mañana siguiente.

Inscribirse en una interesante Webinar de marketing sobre el contenido visual en redes sociales.

... O quizá no... Morfeo llama



En resumen, las **Redes Sociales** ocupan mucho **tiempo** y éste, <<el tiempo>>, va a ser uno de los principales **costes ocultos** a tener en cuenta y el más **difícil de cuantificar**.

Hay que tener mucho cuidado en las profesiones relacionadas a **Social Media**, pues es muy fácil perderlo en otras tareas que no son las que realmente debieran...

Por lo tanto, primero vamos a ver unas cuantas **estrategias** a tener en cuenta a la hora de **digitalizar la marca** para a continuación ver algunos **consejos** para **gestionar mejor el tiempo en las Redes Sociales**

ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL ÉXITO DE MARKETING DIGITAL DE SU MARCA

1. EL CLIENTE

La comprensión de **quiénes son tus clientes**, así como aquellos que influyen en ellos es uno de los puntos más importantes a descubrir.

Preguntas esenciales para responder con respecto a tus clientes:

- ¿cómo descubren el contenido que les aporta tu marca?, ¿Cómo consumen el contenido que se les aporta?
- ¿En qué medida participan haciendo preguntas y en los temas que se plantean?
- ¿Comentan sobre los productos y/o servicios que se ofrecen?
- ¿Qué acciones van a realizar?
- ¿Quiénes y cuales son los factores de influencia en las redes sociales para sus clientes?

Todo esto, necesitamos saber para poder **planificar una comunicación social eficaz**, planificar los **contenidos** de tus medios sociales, de manera que tu empresa proporcione la **información más relevante y útil** a tu **cliente** o potencial comprador. Y tan importante como esto es que **personas influyentes** puedan promover este contenido.

El hecho de que los influenciadores compartan tu contenido es muy importante pues todos sus seguidores verán tus productos o servicios y todos saldrán beneficiados.

2. crear comunidad

La creación de una comunidad para la distribución del contenido que se aporta es el siguiente paso. Es muy importante tener un contenido de valor y saber a qué cliente dirigirlo pero hay que pasar del "yo yo yo". Hay que dejar de sólo compartir y hay que pasar a atraer a una comunidad que se involucre.

La **distribución de contenido** de marca se conseguirá, si:

- Es una **información realmente útil** y no directamente promocional.
- El contenido está empaquetado en una forma **entretenida**.
- **No** debe resultar abusivo ni **spam**
- De todo el contenido que compartas, no caigas en el error de compartir de otros por interesantes que sean, pues el usuario quiere saber de tu marca.
- No sólo compartas publicidad de tu marca, sino otro tipo de **información** de interés, que sea **oportuna, relevante y reflexiva** desde la perspectiva de la audiencia.

3. mejorar la experiencia de usuario

Hay que conseguir que la **experiencia del usuario** sea **agradable, fácil y satisfactoria**. Para ello hay que tener en cuenta algunos puntos:

- ¿Todas las Redes Sociales de tu marca llevan un tema estético común?
- ¿Se encuentran fácil los accesos a Redes Sociales en tu página Web?
- ¿Cuando alguien lee el blog, es fácil compartir el mensaje en su red social favorita?
- ¿Cuántos clics se tarda en compartir en una red social?
- Cuando alguien comparte su contenido, tiene que dar más pasos para ello?

Procura que todo esté a mano para el usuario de tu Web, sea fácil de encontrar e intuitivo.



Para ver si tu página web está optimizada para las Redes Sociales puedes pasarla por aquí y ver los resultados que te da:

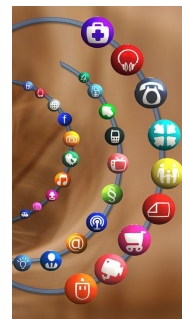
smo.knowem.com

PROBLEMAS Y ALGUNAS HERRAMIENTAS PARA RESOLVERLOS

1- Tus usuarios no ven fácilmente el contenido.

Muchas veces se debe a que lo publicas de vez en cuando, sin una estrategia o planificación adecuada. Es lo primero que debes hacer.

Planificar tu contenido en cada una de las redes sociales, tanto **textos** como **imágenes**.



En este enlace puedes obtener algunas ideas que te pueden ayudar:

<https://blog.hootsuite.com/es/seis-plantillas-de-redes-sociales-que-te-ahorran-horas-de-trabajo/>

2- Decidir qué tipo de contenido debes compartir.

Está claro que debes promocionar tu empresa o servicios pero con ello no debes aburrir a tu cliente o potencial comprador. Constantemente debes **buscar nuevos contenidos** que puedan interesar a tu audiencia y tener cuidado de no perder la personalidad del muro de tus noticias.

No se te ocurren temas para incluir en tu blog. O sencillamente ya no sabes qué temas compartir en tus redes sociales. Creo que te suena la “Curación de contenidos”: “búsqueda, selección, clasificación, organización y orientación de contenidos”

<http://www.pacosgal.com/curacion-contenido-herramientas-utiles/>

A medida que encuentras contenido lo vas **programando**, (**hootsuite, Tweetdeck, buffer...**)

Tener controlado **Excel** te va a resultar muy útil también y en este enlace te aporta también algunas ideas:

<http://vilmanunez.com/2016/05/20/5-funcionalidades-de-excel-que-te-ayudaran-en-tu-trabajo-diario/>

3- **Algunas herramientas** que puedes usar para tu **estrategia** en redes sociales y mejorar la gestión del tiempo:

Dependiendo de su tiempo disponible y la estrategia de contenido de medios sociales, hay muchas herramientas que pueden ayudar a lograr más con menos tiempo y aumentar la productividad.

Herramientas de Content Curation

- **Scoop.it:** <http://www.scoop.it/>
tutorial: <https://youtu.be/IXNlq4Da8b4>
FAQ and support: <http://feedback.scoop.it/>
- **Storify:** <https://storify.com/>
tutorial en pdf en “lecturas recomendadas” y <http://bit.ly/FFF0001>
- **Feedly:** <https://feedly.com/i/welcome>
tutorial: <https://blog.feedly.com/introducing-new-feedly-tutorials/> Y <http://bit.ly/FFF0002>
- **ManageFlitter para Twitter**
Filtra contactos en twitter por gente que no nos sigue, contactos sin imagen en perfil, cuentas falsas, cuentas inactivas, etc...
Regularmente puedes ir limpiando tu cuenta de una manera rápida y sencilla

- **Audisense para Twitter**
Averigua cuando es la Mejor Hora para Twittear y obtén el máximo resultado de cada Tweet que publicas y mucho más:
<http://guiadeusuario.audiense.com/>
- **Gestiona los seguidores de Google + con Circloscope**
En este video te cuenta cómo:
<https://www.youtube.com/watch?v=d05xAUUIVOM>
- **Youtube y creación de videos**
 - Para **crear videos educativos**:
<http://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/como-crear-videos-educativos-subirlos-youtube/34611.html>
 - **Cómo subir bien un video a Youtube**:
<https://youtu.be/6LzG9YMqLIA>
 - **Edición de videos**:
<http://filmora.wondershare.es/video-editor/free-video-editing-software-windows.html>
- **Experiencia Periscope y Livestream**
 - Periscope**
<http://www.cnet.com/es/como-se-hace/como-transmitir-video-en-vivo-usando-periscope-y-una-gopro/>
 - Livestream**
<https://www.youtube.com/watch?v=02yJn-oQi6g>
- **Banco de imágenes y videos gratis**:
<https://pixabay.com>

Agregadores y Herramientas de Gestión Social

- **Hootsuite**: <https://hootsuite.com/>
Tutorial: <https://help.hootsuite.com/hc/en-us/articles/204598140-Quick-start-guide>
- **Buffer**: <https://buffer.com/>
Tutorial: <https://buffer.com/guides>
- **Sprout Social** (de pago): <http://es.sproutsocial.com/>
Tutorial: <http://sproutsocial.com/insights/guides/>
- **Klout**: <http://bit.ly/ALE290715>
<http://bit.ly/ALE2290715>

¿QUIERES MÁS? Impresionante lista de **22 herramientas de gestión de Redes Sociales:** <http://bit.ly/FFF0003>

4- Estrategia a través de tu blog.

Escribir en un blog lleva mucho tiempo por lo tanto crear un calendario de contenido de contenidos es muy necesario.

- No sabes por dónde empezar - Cómo crear un calendario editorial:
<https://es.semrush.com/blog/como-crear-un-calendario-editorial-estrategico-para-mi-blog/>

<http://www.marcribo.com/2015/09/03/como-crear-un-calendario-editorial-para-gestionar-tu-blog/>

- Por ello has de tener un proceso organizado y planificar su contenido antes de tiempo, una herramienta interesante es:
Coschedule, (<http://coschedule.com/pricing>). Muy completo y de pago.
Se programan las redes sociales dentro del WordPress, siendo muy versátil.
Un plugin gratuito: <https://wordpress.org/plugins/editorial-calendar/>
Instalación de Editorial Calendar en Wordpress: <https://youtu.be/nha-05b0Jtg>

5- Estrategia en Pinterest

Algunas herramientas para monitorizar, programar y gestionar Pinterest:

<http://alex serrano.es/mejores-herramientas-programar-en-pinterest/>

<http://enredia.es/gestionando-pinterest-con-tailwind/>

6- Programar y analizar en Instagram

<http://carlosguerraterol.com/herramientas-programar-analizar-instagram/>

7- Análisis de la competencia

<http://www.webempresa20.com/blog/analisis-de-la-competencia.html>



Haz un listado con todas tus redes sociales.

Haz un listado con las herramientas que vas a utilizar para: curación de contenidos, programar el contenido en las redes sociales, analizar a tu competencia, analizar el resultado de tus redes sociales.

Prepara un calendario de contenidos semanal.

Prepara un informe de resultados.

CONSEJOS PARA ADMINISTRAR EL TIEMPO DE MEDIOS SOCIALES

1- Tener un Plan.

Averiguar dónde están tus clientes y cómo puede añadir valor tu empresa:

Google alerts

<http://www.talkwalker.com/alerts>

La planificación del contenido es fundamental, y aunque es habitual oír que el trabajo de un Community Manager es 24/7/365, no hay que exagerar... hay vida más allá de la pantalla del portátil/ iPad / Smartphone...

2- Centrarse en una herramienta a la vez.

Es mucho mejor usar una de manera efectiva que utilizar cinco mal. Escoge la herramienta que consideres más apropiada para el resultado que desees obtener.

3- Aparecer de forma regular.

Si sólo se puede pasar una hora a la semana, que este tiempo sea regular. Esta es una estrategia mucho mejor que pasar 3 horas un día y luego 15 minutos la próxima semana.

4- Establecer un límite de tiempo.

Cada actividad que vayas a realizar tiene que tener un límite de tiempo pues es muy fácil distraerse. Se estima que al día pueden perderse de promedio 2,1 horas.

Procura eliminar las distracciones.

5- Programar nuevos contenidos.

Para comenzar, una vez a la semana estaría bien.

6- Horario para publicar en Redes Sociales.

Este es un dilema por resolver, pero hay varios estudios que coinciden en sus apreciaciones. Los datos que se aportan a continuación corresponden a un estudio realizado por **Quicksprout**



MEJORES HORAS Y DÍAS PARA PUBLICAR en REDES SOCIALES



facebook



BEST DAYS TO POST

M T W **TH** **F** SA SU



86% of posts are published during the work week with engagement peaking on **Thursday** and **Friday**



Engagement rates **fall 3.5%** below average for posts published Monday through Wednesday



In correlation, the "Happiness Index" on Facebook spikes by **10%** on **Friday**

NOTE

Specific industries vary slightly, but most spike towards the end of the week.

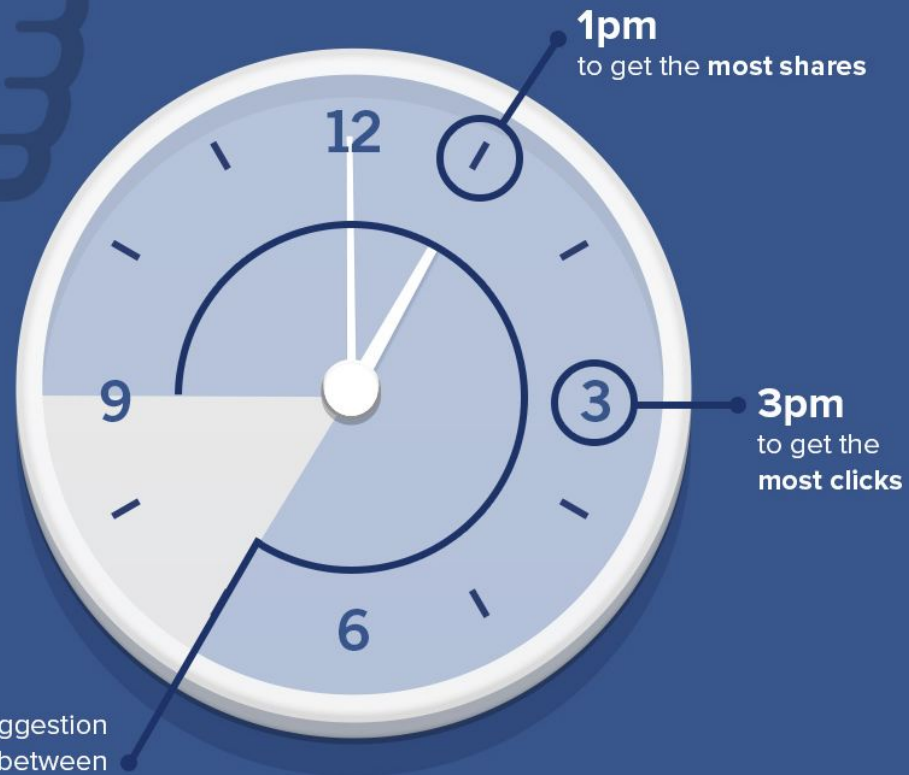
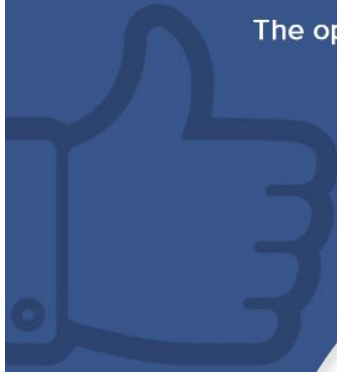
“ the less people want to be at work, the more they are on Facebook! ”

– Buddy Media

BEST TIME OF THE DAY TO POST

The optimal time to post is early afternoon if the time zone with most of your audience.

Data varies from different source



TIP

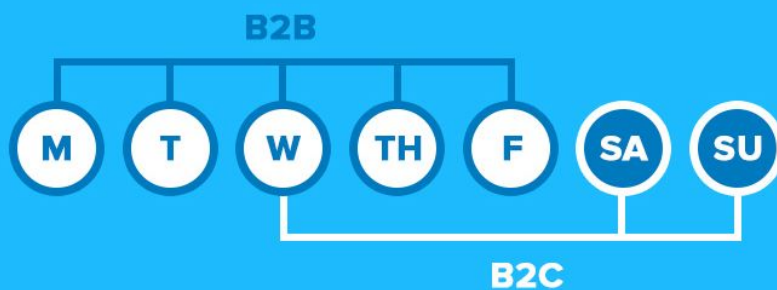
Use the tool **Fanpage Karma** to find the optimal time tailored to your audience.



twitter



BEST DAYS TO TWEET



B2B

Weekdays provide 14% more engagement than weekends.

The guess is that businesses work with other businesses during the weekdays, where consumers explore with brands during the weekend.

B2C

Engagements and CTRs are highest on weekends and Wednesdays

According to Dan Zarrella, Twitter engagement for brands is 17% higher on weekends

BEST TIME OF THE DAY TO TWEET

5pm for highest retweets. 12pm and 6pm for highest CTR. This could be due to lunch breaks and people looking for something to keep them occupied on the commute home after work.



TIP

Use the tool **Followertwork** to find the optimal time tailored to your audience.



According to Twitter, users are **181% more likely to be on Twitter during their commute.**



They're also **119% more likely to use Twitter during school or work hours.**

in

LinkedIn



BEST DAYS TO POST

M

T

W

TH

F

SA

SU

BEST TIME OF THE DAY TO POST

According to LinkedIn, weekdays during business hours are the best time to post.

After analyzing data from 14 million users, AddThis stated that you get the most clicks and shares on **Tuesdays, 10am-11am**



93%

of B2B marketers rate LinkedIn as the top B2B social media lead generation source

According to Fannit, the **best times to post are 7am-8am and 5pm-6pm**. The worst times are Monday and Friday for US based time zones

LinkedIn consists primarily of a B2B audience, that's probably the reason why the highest engagement rates are during weekdays and business hours.



Instagram



BEST DAYS TO POST

According to TrackMaven, Instagram engagement stays consistent throughout the week, with slight spikes on Mondays and a slight dip on Sundays.

M

T

W

TH

F

SA

SU

BEST TIME OF THE DAY TO POST

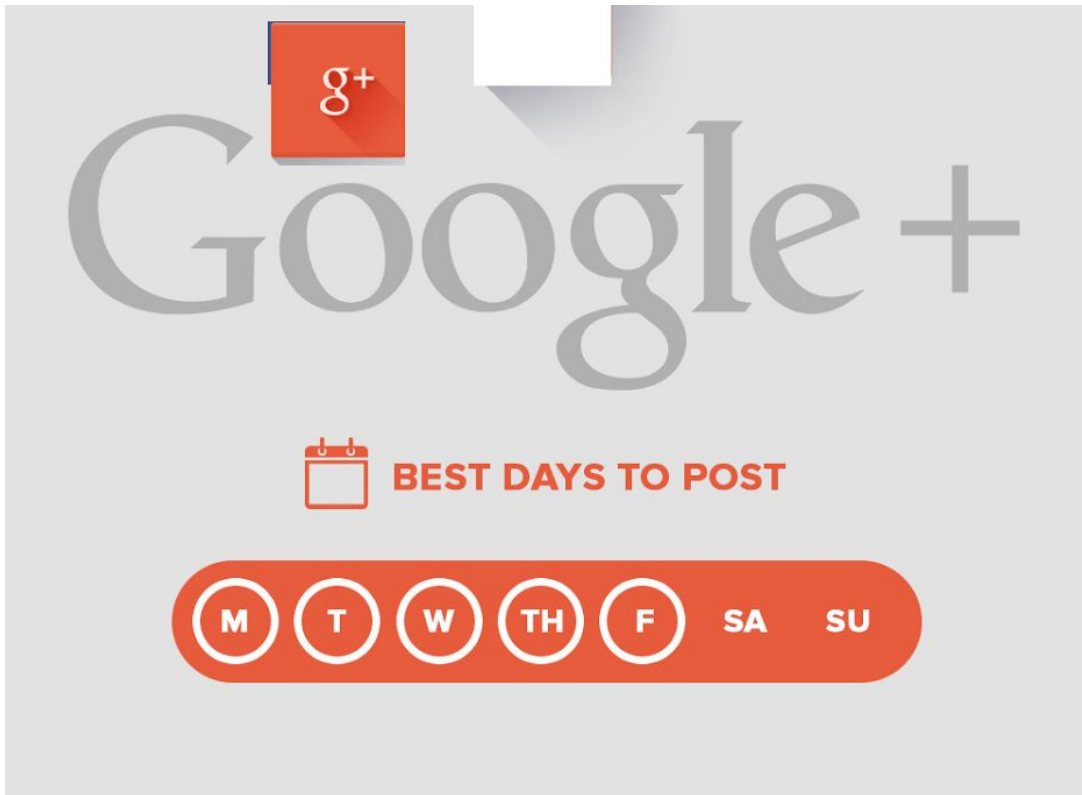
Off work hours



Fortune 500 companies overwhelmingly put photos up on Instagram during business hours, with posts spiking between 3pm-4pm EST



During work hours, an average of 22.5 per 1000 Instagram followers interacted with videos posted by Fortune 500 companies. During off-hours, 33.4 per 1,000 followers interacted with the content



BEST TIME OF THE DAY TO POST





Pinterest



BEST DAYS TO PIN

M T W TH F **SA** SU

BEST TIME OF THE DAY TO PIN

8pm – 11pm



According to Fannit, best times to pin are **Saturday, 2am-4am and 8pm-11pm**



According to SEJ, Pinterest activity peaks at approximately **9pm**



According to 10Alike the best times to pin during the day are **between 2-4pm EST, and 8pm to 1am EST**



The peak time to post on Pinterest for fashion and retail is Fridays at 3pm



Llegados a este punto, conocemos varias herramientas muy útiles para minimizar el tiempo, hemos aprendido pautas para aprender a controlarnos pero ¿Cómo debería ser el día a día de un profesional del social media?

DÍA a DÍA DE UN PROFESIONAL DE SOCIAL MEDIA

1. Establecer objetivos

Para qué quieres utilizar las redes sociales y establecer una serie de **indicadores** que te permitan conocer si los vas logrando.

Ir midiendo:

- Generación de **información** en redes sociales.
- **Tráfico** conseguido en la página web de la marca a través de los medios sociales.
- **Número de seguidores** de la marca en cada medio en el que tenga presencia.
- Número de **interacciones** de la marca en sus perfiles sociales.
- **Menciones** de la marca fuera de sus redes y perfiles.
- **Relación de la marca** con sus seguidores.

2. Seguir una metodología

Puedes establecer 5 fases cronológicas que te van a permitir utilizar paso a paso las redes sociales de forma organizada:

- **Generar información.**
- **Publicar contenidos.**
- **Dinamizar conversaciones.**
- **Captar clientes online y offline.**
- **Monitorizar los resultados.**

Cómo organizar tu agenda de Community Manager:

<http://bit.ly/FFF0004>

3. Pon en marcha la estrategia

Una estrategia básica en redes sociales consta de:

- **Información,**
generar información de valor para que los usuarios se acerquen.
- De esta manera se crea una **comunidad** donde habrá participación y vinculación con la marca.
- Necesitas una **metodología** definida para atender a todas las fases de la gestión de redes sociales de forma coherente y organizada.
- **Tiempo.** Si logras integrar dicha gestión como una parte de tu comunicación podrás atender a todas las cuestiones priorizando y seleccionando las más urgentes.
- **Constancia.** No se trata de generar mucha información sino de distribuirla adecuadamente en el tiempo en función de tus objetivos y de un análisis continuo y a tiempo real de Internet.



PLANNING DEL COMMUNITY MANAGER

1. Desayuno:

Revisar las principales redes sociales para estar al día de toda la información relevante:

- **Alertas de Google** para estar al día de las noticias.
- **Feedly** para estar atento a los blogs que te interesen.
- **Twitter** para saber qué pasa en tiempo real.
- **Facebook** para conocer lo más relevante del día.
- Los **grupos de Facebook** para segmentar la información.
- Los **grupos de LinkedIn** para la segmentación profesional

2. El almuerzo:

Selecciona contenidos de fuentes externas (**Content Curator**) o elabora contenidos propios para poner en las redes sociales:

- **Twitter** para generar marca minuto a minuto.
- **Facebook** para generar conversación día a día.
- **Blog** para generar contenidos semanalmente.
- **Google+** para generar posicionamiento mensualmente.
- **Linkedin** para conectar con profesionales.
- **Grupos de Linkedin** para generar marca.
- **Pinterest** para generar enlaces, posicionamiento y archivo.
- **Instagram** para subir imágenes en tiempo real.
- **Flickr** para tener un espacio de imágenes en la nube.
- **Youtube** para mostrar conferencias y entrevistas.
- **Slideshare** para cargar contenidos de gran valor.
- **Foursquare** para compartir los lugares de tu día a día.
- **iVoox** para colgar podcast o archivos sonoros.
- Escribe en **blogs de referencia como especialista**.
- **Habla en la radio y genera podcast** con información de valor.
- Ten una **página web** como centro de tu estrategia.
- Incorpora **servicios y novedades** en forma de productos en la web.
- Enlaza con la **información de las redes sociales en la web**.

3. Comida:

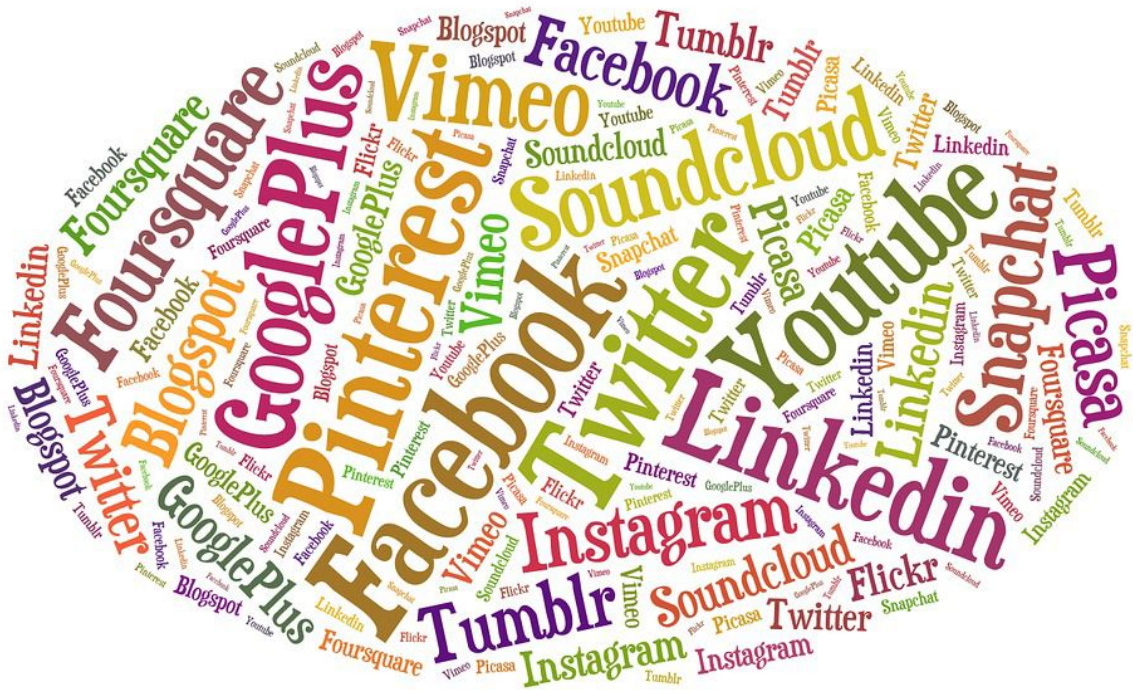
Dinamiza los contenidos y genera conversaciones de valor alrededor de éstos:

- Responde siempre a los **comentarios en Facebook**.
- Aunque se repliquen **contenidos en Google+**, cambia el medio.
- Atiende a las **menciones y seguir la conversación en Twitter**.
- Responde a los **comentarios del blog** y hazlos visibles.
- **Responde en Linkedin** aportando valor.
- **Responde en Foursquare** en tiempo real en el lugar.
- **Responde en Slideshare** sobre los contenidos generados.

4. Merienda:

No se puede basar la **estrategia** sólo en el **entorno online**, debes combinarlo con el **entorno offline** y además con creatividad y elementos diferenciadores de la marca:

- **Captura contactos y suscripciones al blog.**
- Envía **boletines de noticias** mensualmente.
- Escribe, edita y publica un **libro en pdf y en papel.**
- Incorpora **elementos innovadores en el libro.**
- Haz **tarjetas de visita creativas.**
- Usa **camisetas promocionales.**
- Utiliza otros elementos de **difusión de la marca.**
- Crea tu **Curriculum Vitae** en un mapa.
- Genera **nuevos conceptos** y dótalos de contenido.



5. Cena: monitorización

Al final del día te conviene **analizar y medir** todo lo que has hecho, de forma que ese análisis te permita **obtener conclusiones** y **planificar nuevas acciones** para el día siguiente:

- Escoge las **palabras clave** con las que quieres **posicionarte con Google Adwords.**

- Logra un posicionamiento Natural (**SEO**) con esas **palabras clave**.
- Logra un posicionamiento Natural (SEO) con tu **propio nombre** o con la marca de la empresa.
- Analiza el blog con **Google Analytics**.
- Analiza las **fuentes de tráfico** para gestionarlas.
- Haz un seguimiento de las campañas en redes sociales mediante **URL Builder**.
- Utiliza las **estadísticas de páginas de Facebook**.
- Evalúa qué **noticias han generado más alcance y difusión**.
- Analiza tu comunidad de usuarios en Twitter con **SocialBro**.
- Analiza el **alcance de tus acciones en Twitter**.
- Analiza los **+1** de tu página de **Google+**.
- Analiza la **visibilidad** de tus **vídeos en canal Youtube**.
- Analiza las **reproducciones** de los vídeos en **Youtube**.
- Analiza la **visibilidad** de tus presentaciones en **Slideshare**.
- Analiza el **alcance** de tus presentaciones semanalmente en **Slideshare**.
- Analiza la **viralidad** de tus post en el **blog**.
- Analiza los **contactos y suscripciones al blog**.
- Logra **influencia fuera de tus redes**.

Conclusión

Puedes trabajar para mucha gente a lo largo de tu vida, pero tu marca te acompañará para siempre. Las redes sociales son herramientas que te pueden facilitar el trabajo pero no deben hacerlo más complicado, por ello se tienen que usar de la forma más natural posible; eso sí, sin olvidar hacerlo siempre con la cabeza para organizarte el día ¡y con el corazón! para empatizar con la audiencia.

(Plan basado en Gerson Beltran)



Para finalizar todo este recorrido prueba estas 9 Ideas para **COMBATIR LA FALTA DE IDEAS** - (Berto Pena: <http://bit.ly/FFF0006>)

A veces te puedes sentir inmerso en un pozo creativo, sin ideas y sin saber hacia dónde mirar para encontrar esa inspiración que no encuentras. Y te sientes así de mal porque eres una persona que diariamente generas un montón de ideas. Algunas buenas, la mayoría malas. Pero siempre generas ideas... y resulta que ahora no se te ocurre nada...

1- Elimina de inmediato el “no me sale” de tu cabeza

Ese círculo vicioso de reacciones y pensamientos negativos JAMÁS te conducirá a obtener una buena idea, córtalo de raíz y atájalo proactivamente con un pensamiento positivo. Deja de desesperarte contigo mismo, cambia el no me sale por un tranquilo, va a salir si pongo los medios de mi parte.

2- Cambia de actividad y “aisla” el problema

3- Ponte a dibujar o escribir al azar sobre un papel

4- Elimina el ruido de alrededor, rodéate de algo que te inspire

5- Prueba con una siesta reparadora, hace milagros

6- Empieza a pintar el cuadro desde el centro hacia fuera

7- Date un paseo por el parque o practica algo de ejercicio

8- Evita la multitarea como si fuera una plaga

9- No busques la gran idea, sólo una idea

