Gestión de comunidades en Internet para beneficio de mi negocio

Inès Diaz
Inesd.diaz@gmail.com
20 de mayo de 2015
Lima, Perú

¿Cómo gestionar comunidades en la red para beneficio de mi negocio?

Inès Diaz

COMENCEMOS

1. Las Redes Sociales
2. El Community Manager
3. Gestión de la cuenta
4. Herramientas
5. Pautas de contenido
6. Gestión de crisis

1- Las redes sociales

2- Community Manager

Externo o interno

Fuentes
Ortografía
Riguroso

24h
Conoce el
Prod/Serv Sociable

Explorador
Humaniza
Comparte

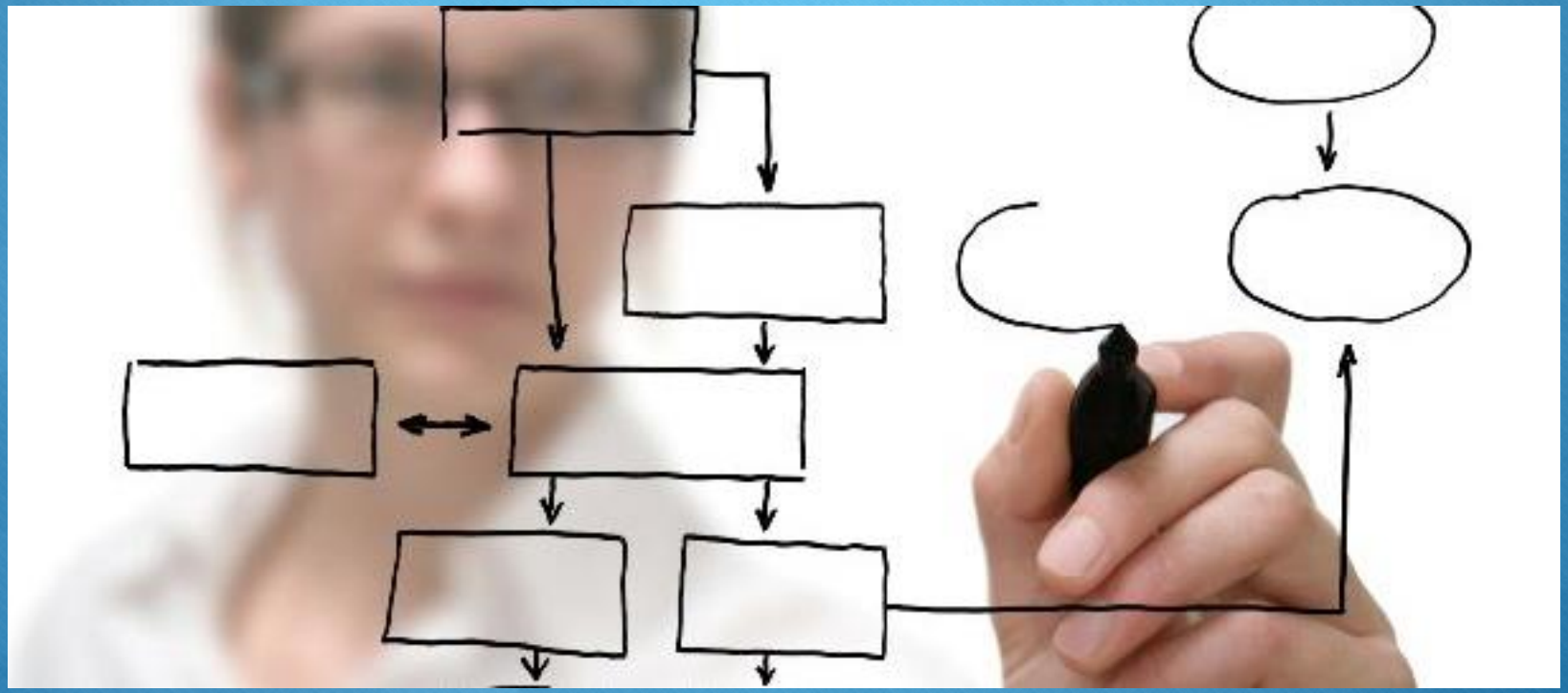
2- El CM: Su misión

- Identificar necesidades comunidad
- Determinar red social para su comunidad
- Fundirse con la marca
- Actuar e interactuar

3- Gestión de cuenta

¡Lo que NO se debe hacer!

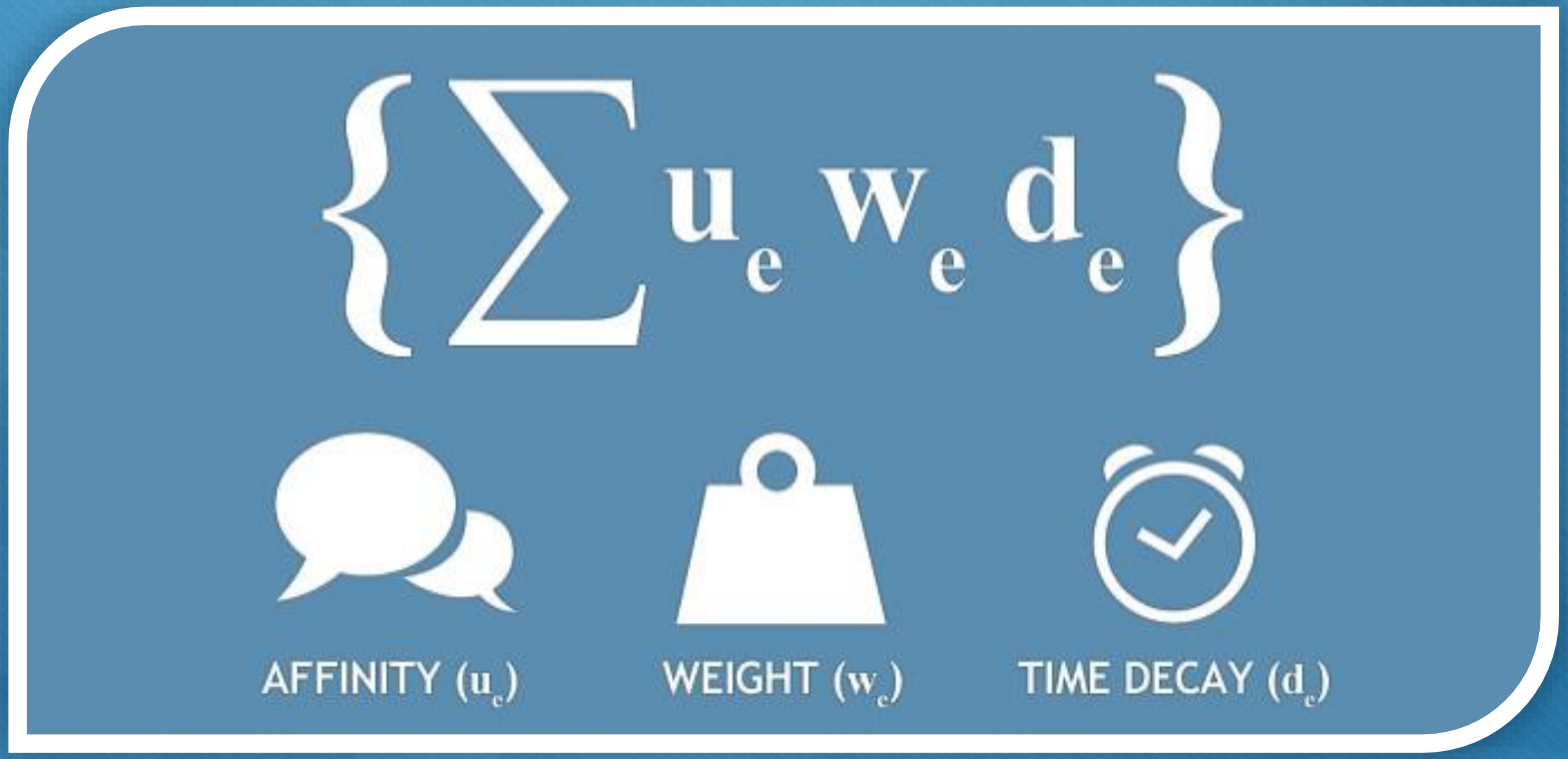
3a- Carecer de planificación



3b- Hablar solo de mi marca

3c- Comunicación unidireccional

3d- Ignorar EdgeRank



3e- Iniciar batallas

3f- Darle cuerda a trolls

3g- NO usar indicadores

3h- Ignorar el ROI

ROI = (INGRESO – COSTES) /COSTES

4- Herramientas

- ANALÍTICA

- CONTENIDO

4- Herramientas

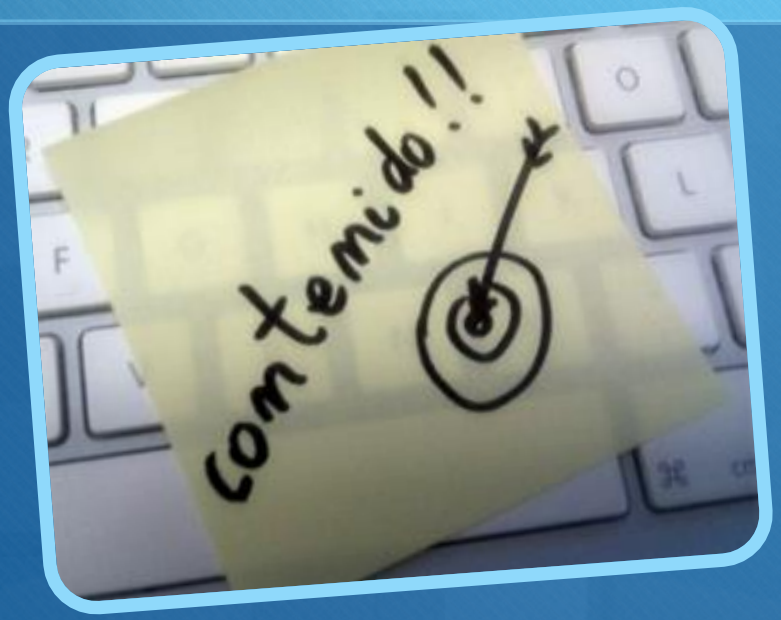
- DISEÑO

- CONCURSOS

- MAILING

5- Pauta de Contenido

a. Ligado a la imagen de marca
b. Determinar el contenido para tu publico
c. Adecuar tono a tu publico



5- Pauta de Contenido

d. Prueba y error
e. Tener en cuenta la pauta de cada Red Social
f. Creatividad

@PoliciaChevere

El contenido que aporta valor al usuario

=

éxito asegurado

Policia nacional

“Tú y tus necesidades en #seguridad sois nuestra razón de ser. Si nos necesitas, llámanos! 091 #Police #Policía #PoliciaNacional #CNP #UIP #security #protegeryservir #antidisturbios."

ATRAPALO

Comenzó como un simple concurso y acabo de un gran BUZZ

6- Gestión de crisis

¿Qué es?

Tener un Plan de crisis

1) Actuar al toque
2) Reconocer error
3) Establecer mensaje claro
4) Informar empleados
5) NO mezclar medios

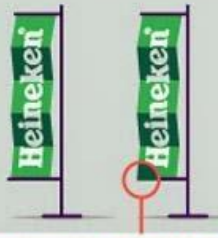
Caso Heineken

HEINEKEN NO APOYA LAS PELEAS DE PERROS

ESTO ES LO QUE OCURRIÓ EN REALIDAD...

QUÉ PASÓ

EN 2010 SE ORGANIZÓ UNA PROMOCIÓN DE HEINEKEN EN UNA DISCOTECA DE MODA EN MONGOLIA.



SE COLOCARON BANDEROLAS DE HEINEKEN ALREDEDOR DE LA PISTA DE BAILE. NO SE RETIRARON.

MÁS TARDE, EL DUEÑO ALQUILÓ LA DISCOTECA POR PRIMERA VEZ PARA UNA HORRIBLE PELEA DE PERROS.

SE SACÓ UNA FOTO. PARECÍA QUE HEINEKEN TENÍA ALGO QUE VER.

NOS ENTERAMOS DE ELLO 18 MESES DESPUÉS, CUANDO LA FOTO EMPEZÓ A CIRCULAR POR INTERNET.

QUÉ HICIMOS

INMEDIATAMENTE CORTAMOS TODA RELACIÓN Y DEJAMOS DE VENDER NUESTRAS MARCAS EN LA DISCOTECA.

EL DUEÑO DE LA DISCOTECA CONFIRMÓ FORMALMENTE QUE HEINEKEN NO TENÍA NADA QUE VER CON LA PELEA.

NO PUDIMOS EMPRENDER ACCIONES LEGALES PORQUE LAS PELEAS DE PERROS SON LEGALES EN MONGOLIA.

CONTACTAMOS CON GRUPOS PRO- DERECHOS DE LOS ANIMALES PARA EXPLICAR QUÉ HABÍA PASADO.

A PESAR DE TODOS NUESTROS ESFUERZOS, LA GENTE HA CONTINUADO COMPARTIENDO LA FOTOGRAFÍA.

POR FAVOR, COMPARTE

PATROCINAMOS EVENTOS MUNDIALES DE PRIMERA CLASE. NO PATROCINAMOS VILES PELEAS DE PERROS. POR FAVOR, COMPARTE ESTO CON TUS AMIGOS PARA QUE SEPAN QUÉ PASÓ EN REALIDAD.

Caso Boeing

Para recapitular

* CM fusiona con la marca

* Determina Objetivos

* **Conecta emocionalmente**

* Usa herramientas de monitoreo

* Crea tu protocolo ante crisis

* SE CREATIVO

* Felicita a tu equipo y a ti

RECUERDA

La máquina no es creativa, se necesita alguien detrás

Gracias! ☺

¡¡Ahora ponte las #gafapasta y a twitear!!

¡Nos vemos en twitter: @inesdiaz_!