

PANORAMA SOCIAL MEDIA 2011

Guía para aprovechar mejor las redes sociales

PERFECTO

BUENO

MALO

Sitios Web

Comunicación con los clientes

Exposición de la marca

Tráfico a tu sitio web

SEO

twitter

Microblog que te permite enviar "tweets", o mensajes de 140 caracteres o menos

Twitter es la mejor herramienta de mensajes salientes. La comunicación con los clientes es rápida y precisa, permitiendo monitorear y administrar las conversaciones.

No es lo que estas diciendo en Twitter para exponer tu marca. Es lo que puedes obtener que otro digan sobre ti lo que realmente impacta. Obtener retweets e interacciones puede hacer más para la exposición de la marca que cualquier otra red social.

La frecuencia del ruido y spam ha reducido la habilidad de Twitter para enviar mensajes directos. Sin embargo, es una herramienta excepcional para asistir con la generación de tráfico de otros sitios web como Digg, Facebook, Tumblr, StumbleUpon, etc.

Como con Facebook, Twitter ha sido destacado por su componente social para Google y Bing.

Los enlaces son "nofollow", pero el componente social es real y se espera que sea más prominente con el tiempo.

facebook

Red social donde los usuarios pueden añadir amigos, enviar mensajes y construir su propio perfil

Portal de comunicación para las marcas que quieren promoverse socialmente. Positivamente o negativamente, las empresas pueden usar Facebook para difundir sus mensajes, recibir respuestas y opiniones de sus clientes.

Usando páginas como persona le permite a las empresas posicionar su marca en fanpage relevantes.

Por ejemplo, Starbuck puede publicarse así misma en páginas amantes de café.

Para muchos sitios, Facebook ha emergido como una de las más grandes fuentes de tráfico. Mientras que el potencial viral es pequeño en Facebook comparado con otras redes, pero nadie es más consistente en dirigir un estable flujo de tráfico para cada mensaje o publicación.

Google y Bing han indicado que ellos usan señales sociales como parte de su algoritmo, apuntando hacia Facebook y Twitter en particular. Mientras los enlaces en sí mismo son "nofollow", los beneficios para los buscadores existen, especialmente en donde la consulta merece frescura.

flickr

Sitio para almacenar imágenes y videos donde los miembros de la comunidad pueden compartir y comentar

Como herramienta de relaciones públicas, Flickr ofrece a las empresas patrocinadoras de eventos una imagen más profesional y mejor organizada que otras redes sociales para compartir imágenes que Facebook, etc.

Flickr a mejorado su buscador de rankings y la integración con otras redes sociales transformandolo en el mejor servicio de publicación para imágenes de alta definición. Imágenes al mayoreo deben usar Facebook. Imágenes de calidad deben usar Flickr.

Incluso si tienes 10 mil visitas con una foto con un hiperenlace URL, la tasa de clic se encuentra entre las más bajas. Todos los enlaces son "nofollow".

Flickr es mucho mejor indexado en los buscadores y posicionando páginas. También forma la mayor parte de los componentes de búsqueda sociales de Google y Bing. Las fotos del agrado de las personas pueden ser vistas más prevalentemente en las búsqueda de sus amigos.

Linked in

Una red social para negocios y contactos profesionales

No es el enfoque primario, pero puedes potenciar el compromiso animando a los empleados a responder preguntas del sector y proyectar una imagen de experiencia en el mercado.

Linked In es buenísimo para la reputación personal y para mostrar el valor profesional en tu organización. Anima a los empleados a mantener sus perfiles actualizados para mostrar un equipo sólido.

Linked In continua mejorando su posición en generar tráfico animando a compartir con su nueva característica incluida el año pasado. Pero no es tan consistente como Facebook o tan viral como Digg, pero esta mejorando.

Posicionamiento de páginas muy alto, casi garantiza estar rankeado en las primeras páginas de los resultados de búsqueda, especialmente para los nombres de empleados. Un alto valor SEO para la búsqueda de vanidad de tu nombre, pero solamente hace eso.

YouTube

Sitio web para compartir y subir videos

Si buscas entretener, informar, o las dos cosas. Los videos son un poderoso canal para dar una respuesta rápida para las quejas de los clientes, y mostrar confianza. También es la mejor forma de reparar la reputación si las cosas van mal.

YouTube es el segunda red donde buscaran tu marca después de Facebook. Asegurate que el mensaje es frecuente y que esta alineado con lo que quieres que las personas perciban de la empresa.

YouTube esta creciendo en la generación de tráfico segmentado, particularmente a través de mensajes en los videos con anotaciones y marcas con URL. Los clic en los enlaces de contenido son todavía mínimos, pero incluso esos números han tenido un reciente aumento.

Muy buenos para construir "backlinks" hacia tu sitio porque los videos posicionan muy bien. Los canales de YouTube están probados como verdaderas vías para una buena exposición y SEO para tu marca.

digg

Red social de noticias donde los usuarios pueden descubrir y compartir contenido

La interacción con clientes no existe en Digg, pero el valor intrínseco esta en exponer el contenido en la página de inicio de Digg para destacar otros sitios donde la comunicación con los clientes es más fuerte (como un blog).

Las marcas tienen la oportunidad de ganar más exposición en Digg, particularmente por medio de historias interesantes publicadas sobre la empresa. Es un lugar de encuentro para descubrir contenido, las marcas que lo hacen bien en Digg pueden hacerlo bien en cualquier lugar.

Digg estuvo muy mal en el 2010, pero parece estar listo para un nuevo lanzamiento en 2011. Incluso con el descenso de su tráfico, todavía es el más consistente en la generación de tráfico viral que puede enviar diez mil visitantes a publicaciones individuales.

Muy bueno, incluso si tu historia no es popular, lograra indexar tu página muy rápido. También, si tu historia se vuelve popular, este es el mejor sitio en términos de obtener atención de bloggers que te enlazarán a sus blogs.

StumbleUpon

Comunidad social de noticias donde los miembros pueden descubrir y compartir sitios web

StumbleUpon no es una herramienta que sea útil para la comunicación con los clientes. Hay oportunidades de obtener mensajes de tus clientes y aumentar seguidores, pero todavía es muy escasa en comparación con otros sitios web.

Las campañas de pago pueden ser buenas para crear conciencia de la marca, especialmente después de ser tentado a obtenerla gratis, mediante tráfico organico. Puedes segmentarlo con mucha precisión, pero recuerda que estas pagando .05 por visita (\$50 CPM).

StumbleUpon es el medio digital de tráfico equivalente al Grand Slam. No sucede a menudo, pero cuando sucede, es enorme. Mantente con diversos temas interesantes. Nunca sabes cuando recibirás cientos de miles de visitas, incluso millones de visitantes de StumbleUpon.

Muy bueno si tu historia esta en la portada de la página etiquetada. Debido a la gran base de usuarios de StumbleUpon, muchas personas pueden encontrar tu historia y enlazarla. Para búsquedas de vanidad, tu perfil se posicionará también muy bien.

tumblr.

Red social de blog donde los usuarios comparten, y hacen preguntas

El crecimiento de usuarios de Tumblr y la función de preguntar y responder lo transforma en una herramienta querida para la comunicación con los clientes. Si el crecimiento exponencial continua, se espera que sea rival de Twitter como la segunda herramienta de comunicación.

Tumblr es una plataforma simple y extremadamente hábil para compartir contenido y es una herramienta viable para el "branding". GenY esta migrando hacia Tumblr para compartir opiniones. Si la demografía es importante para el negocio, la presencia en Tumblr debe ser fuerte.

Las imágenes pueden producir tráfico. Sin embargo, no hay un real potencial de tráfico todavía. En los siguientes meses, seguramente se expandirá la red, pero actualmente casi toda la actividad sucede directamente en la misma red en Tumblr

La naturaleza de blog de Tumblr permite tener una extremadamente alto potencial para la perspectiva de construir enlaces. El sitio en sí mismo esta posicionado muy bien en los buscadores.

Reddit

Comunidad social de noticias donde los usuarios publican enlaces en la página de inicio

Solo los extremadamente adeptos pueden usar Reddit como una herramienta de comunicación con los clientes. Cada vez que abres tu empresa a las masas crecientes de usuarios en Reddit, puedes fallar. Ocasionalmente, todo ocurre mejor de lo esperado (pero es muy riesgoso).

Si estas tentado a construir tu marca en Reddit es como tratar de vender carne de ballena a Greenpeace.

No sucederá, y se pondrá muy feo si lo intentas.

Reddit ha emergido en el pasado año como la mejor red social de noticias generadora de tráfico en el internet. La calidad y originalidad es importante, si tu mensaje no es viral, Reddit no lo aprobará.

Si logras estar en la página principal, un motón de sitio escogieran tu historia, generando valiosos "backlinks". Muchas de estas historias son escogidas por sitios con buena reputación, dándole más confianza a tu sitio web.

Delicious.com

Marcador social de sitios web para compartirlos y guardar los favoritos

Las personas pueden guardar sus sitios favoritos, etiquetando con temas, nombres, etc; pero la comunicación es inexistente.

No es suficiente para el reconocimiento de marca para que valga la pena, a menos que quieras ser conocido por proveer contenido de calidad.

No es tan grande como debería serlo, pero es informativo, con piezas de referencias marcadas, puedes obtener unos pocos miles de visitas recurrentes mensuales.

Mucho sobre este sitio ayuda, cuando tu página esta marcada por otros usuarios, esto te ofrece un backlink hacia tu sitio web. Si tu página esta etiquetada en la página principal de Delicious, tu sitio web será muy confiable y conseguirás tráfico hacia tu URL.