

6 consejos para superar los principales bloqueos de las redes sociales

By Herschel E. Chalk III

Los medios de comunicación social continúan evolucionando y convirtiéndose en una poderosa fuerza para llegar a clientes nuevos y existentes, compradores y mercados. Uno de los mayores problemas es que las empresas no saben aprovecharlas – se están quedando al margen cuando en realidad deberían estar montados en la ola.



"No logro que la gente responda a mis publicaciones"

Consejo 1: Trate de cambiar sus anuncios mediante preguntas con las cuales requiere información concreta. Mantenga los mensajes en menos de dos oraciones.

Las visitas a mi(s) vídeo(s) son mínimas. ¿Cómo puedo conseguir más vistas y promoverlos a una audiencia más amplia sin tener que anunciar en YouTube?"

Consejo 2: Asegúrese de que sus videos sean cortos y concisos. Colóquelos en varios directorios tales como Viddler.com; también puede utilizar sistemas automatizados de video marketing tales como TrafficGeysers.com o TubeMogul.com. Agregar un elemento de concurso a su vídeo también puede ayudar a conducir más tráfico y empujarlo virtualmente.

"No soy una persona muy sociable fuera de línea, y mucho menos en línea. ¿Qué puedo hacer aparte de publicar e interactuar con la gente?"

Consejo 3: Contrate a alguien para que se dedique a la parte social en su nombre, y si eso no está dentro de su presupuesto, utilice los anuncios, videos y contenido de otros que estén relacionados con su industria, pero que no sean de la competencia y publíquelos en sus redes sociales, un blog o sitio web. Por ejemplo un entrenador físico puede publicar contenido y videos que tienen que ver con nutrición o vitaminas; esto complementa lo que los entrenadores físicos ofrecen, pero no es competencia para sus negocios. Asegúrese de que usted obtenga el permiso para usar dicho contenido.

"¿Realmente se debe estar en cada una de las principales redes sociales?"

Consejo 4: Sí y no. Si su mercado objetivo no está en una red en particular, déjela a un lado. Los tres principales – Twitter, Facebook y LinkedIn – piden su presencia, junto a sus clientes y prospectos. Si usted no tiene una presencia en estos sitios y su público está intentando encontrarle, hablarle o ver si está escuchando, entonces no sólo está perdiendo una oportunidad, sino que usted le está diciendo a su mercado que no los escucha en línea. Eso no es un buen mensaje. No se abrume con todas las herramientas, consejos y trucos al mismo tiempo. Hágalo de a poco, averigüe lo que funciona para usted y lo que no con respecto a alcance, conexión y cómo ganar dinero en Internet.

"He estado bloqueando por un tiempo ya, y no consigo que la gente lea, y mucho menos publique comentarios o participe, ¿Lo estoy haciendo mal y cómo puedo solucionarlo?"

Tip 5: Considere a su blog bajo la luz de estos dos puntos:

¿Qué tan largo es la publicación?

Si son más de 700 palabras, edítelo para que tenga 700.

¿Está haciendo preguntas en la publicación, dándole oportunidad a su audiencia de participar e involucrarse, o está hablando en una sola vía con ellos?

Si usted solicita sugerencias a sus lectores sobre cómo mejorar su publicación de blog, animará a más personas a participar con su blog. Asegúrese de poner su blog en technorati.com, así como otros listados de blogs con sus palabras clave y categorías.

"¡Preferiría que me quiten los dientes a entrar a Twitter y tweetear! ¿Realmente necesito estar en este sitio? Parece que es una pérdida de mi tiempo".

Tip 6: Una respuesta simple: No, no tiene que estar en Twitter; sin embargo, debe considerarlo detenidamente. Twitter es como asistir a un evento en vivo cada vez que quiera. Es una manera de conocer a gente nueva, encontrar oportunidades y conectarse con los medios de comunicación. Si no desea conectarse con alguno de estos, entonces aléjese de Twitter. Sin embargo, recuerde que se necesita más tiempo para ir a un evento de networking hoy en día que para aparecer en Twitter en vivo y tener una docena o más de conversaciones.

Estas son sólo algunas de las luchas que pueden afectar su éxito en las redes sociales. Con esto tendrá una mirada dinámica de los medios sociales, para elevar sus esfuerzos actuales, superar los obstáculos comunes, empoderarse y descubrir estrategias ganadoras más allá de actualizaciones de estado, tweets diarios y publicaciones semanales.