

CÓMO UTILIZAR LAS REDES SOCIALES PARA ENCONTRAR NUEVOS CLIENTES POTENCIALES



Una publicación de



Escrito por:
Jessica Meher



¿Qué es la exploración social?



Como agente de marketing de atracción, ya conoces la importancia de los medios sociales como parte de tu estrategia de marketing. Con más de mil millones de usuarios activos mensuales en Facebook y más de 230 millones de usuarios activos mensuales en Twitter, los agentes de comercialización saben que hay mucho potencial en la utilización de plataformas sociales para dar a conocer su nombre, difundir su contenido y atraer más personas a su sitio. ¿Tu trabajo es dar a conocer a las personas lo que ofrece tu compañía?

Es por ello que los agentes de marketing de atracción practican la exploración social, el arte de registrar la red social, identificar a los clientes potenciales para tu negocio e involucrarlos y atraerlos a tu sitio con el fin de llevar dichos clientes potenciales a tu equipo de ventas. ¿Ya tienes tus fans y seguidores en tus redes sociales? Ahora debes controlar a todos los demás.

Acerca de este e-book



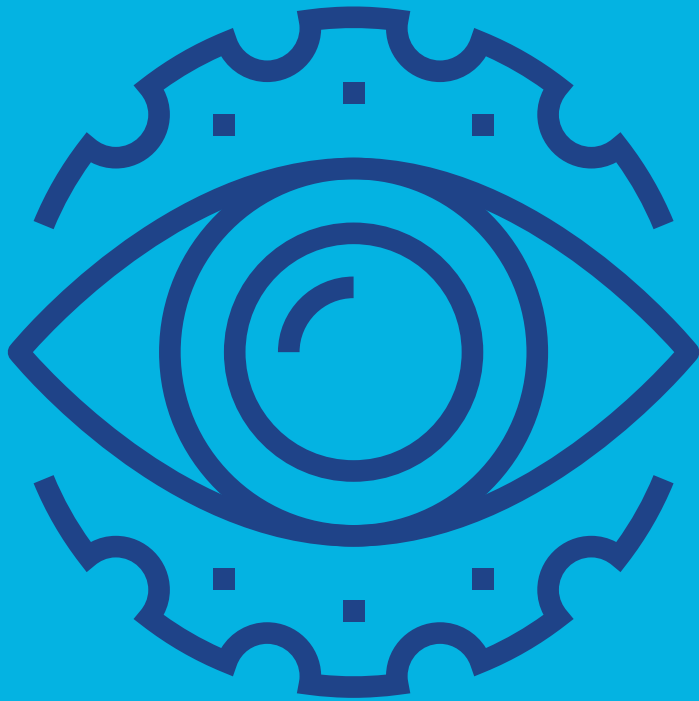
Este cuaderno sobre exploración social, te enseñará los aspectos fundamentales de cómo escuchar las conversaciones en los medios sociales a fin de generar clientes potenciales para tu negocio. Más que monitorear palabras claves, se trata de involucrar a las personas para mostrarles lo que tu negocio puede hacer por ellas.

Hemos identificado la forma más rápida de encontrar clientes potenciales en Twitter, Facebook, LinkedIn, Pinterest y Google+. Esperamos que puedas utilizar las hojas de trabajo para ayudarte a comenzar con la exploración social.

Cada hoja de trabajo incluye lo siguiente:

- Trabajo preparatorio breve para que la exploración real sea sencilla.
- Instrucciones visuales sobre cómo y dónde encontrar clientes potenciales.
- Consejos profesionales que te ayudarán a obtener los mejores resultados.
- Estrategias exitosas de marketing.
- Ejercicios para seguir la exploración

Inicio



Para comenzar con cualquiera de estas hojas de trabajo, necesitarás lo siguiente:

- Un perfil social para cada red.
- Palabras claves que las personas utilizan para encontrarte en una búsqueda.
- Contenido orgánico relacionado con las palabras claves.



(1) Preparación:

Escribe las tres long tail keywords principales que las personas utilizan para encontrarte en una búsqueda. Podrás utilizar este contenido para atraer clientes potenciales a tu sitio web.

- 1.
- 2.
- 3.

Consejo profesional: Recuerda, las long tail keywords cortas funcionan mejor para Twitter.

Escribe tres elementos de contenido que estén relacionados con los resultados de la búsqueda de tus long tail keywords.

- 1.
- 2.
- 3.

(2) Inicio:

Ingresa a Twitter, escribe las palabras claves y etiquetas usando cualquier combinación.



Consejo profesional: Combina la búsqueda de tus palabras claves con y sin etiquetas para lograr obtener los resultados más diversos.

Ten en cuenta lo siguiente: Twitter tiene un par de opciones para organizar los resultados de tu búsqueda (ver a continuación). La plataforma te muestra automáticamente los resultados “Destacados”. Si deseas ver más resultados, haz clic en “Todo” en la parte superior de tu búsqueda, o simplemente a la izquierda de los resultados de tu búsqueda, puedes hacer clic en “Personas” para ver únicamente otros perfiles, no los tuits.

Notas:

Según sus perfiles, identifica a cinco usuarios de Twitter que podrían ser clientes potenciales para tu negocio. ¡Luego síguelos!

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

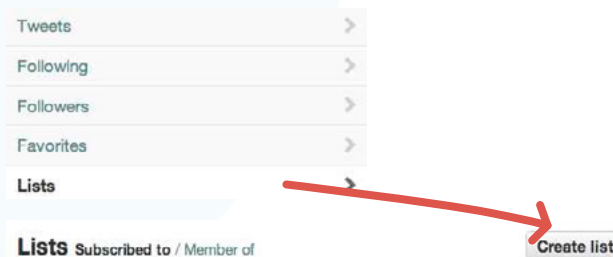
(3) Toma medidas:

Es hora de comenzar a compartir los elementos de contenido que identificaste anteriormente. Comienza a involucrarte con los clientes potenciales teniendo en cuenta los siguientes consejos:

- Retuitea contenido compartido por tus clientes, en especial si lo que compartieron es relevante para tu industria (recuerda, esto lo verán tus seguidores).
- Marca como “Favorito” los tuits relevantes para tu industria o los que te gustan por ser interesantes o agradables (estos no serán públicos para tus seguidores).
- Responde cualquier pregunta para establecer un liderazgo autorizado.

Marketing Rx

Crea una lista de Twitter de todos los clientes potenciales que hayas identificado para que te resulte fácil controlarlos. Asegúrate de asignar a tu lista un nombre que sea relevante para tu industria. (Lo haces en tu propia página de perfil).



Ten en cuenta lo siguiente: Las listas de Twitter pueden ser públicas o privadas. Si haces una lista pública, asígnale un nombre que no te importe que los demás vean (por lo tanto NO le asignes el nombre “Mis clientes potenciales”, por ejemplo; puedes denominarla “Líderes de [tu industria]” o algo igual de halagador). Cuando agregues a alguien a una lista pública, esta persona recibirá un alerta de la misma forma en que recibe alertas por retuits, favoritos y menciones.

(Si prefieres crear una lista privada, siéntete libre de asignarle el nombre que mejor convenga para tu uso de Twitter).

[Ejercicio para el hogar]

Dedica 20 minutos a la semana:

- A repetir este ejercicio y agregar más clientes potenciales a tu lista (5 minutos).
- A retuitear contenido relevante para tu industria desde esta lista de Twitter (5 minutos).
- A marcar como favoritos los tuits de clientes potenciales desde esta lista de Twitter (5 minutos).
- A relacionarte con clientes potenciales al hacer o responder preguntas de tu lista de Twitter para establecer un liderazgo autorizado (5 minutos).

LinkedIn

(1) Preparación:

Escribe las tres long tail keywords principales que las personas utilizan para encontrarte en una búsqueda. Podrás utilizar este contenido para atraer clientes potenciales a tu sitio web.

- 1.
- 2.
- 3.

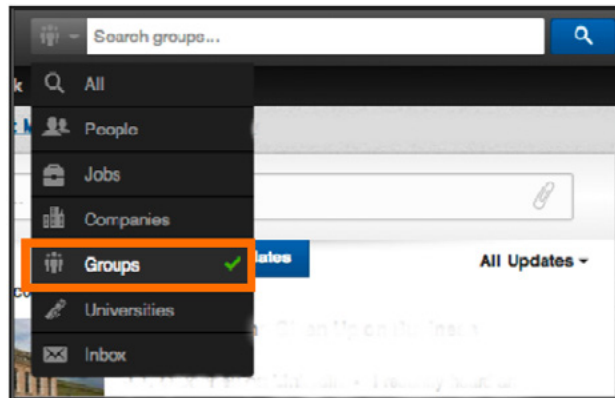
Consejo profesional: Recuerda, las palabras más enfocadas en los negocios son las preferidas en LinkedIn.

Escribe tres elementos de contenido que estén relacionados con los resultados de la búsqueda de tus long tail keywords.

- 1.
- 2.
- 3.

(2) Inicio:

Inicia sesión en LinkedIn y en la barra de búsqueda ubicada en la parte superior izquierda, selecciona “Grupos” del menú de íconos para encontrar todos los grupos de LinkedIn.



Consejo profesional: Puedes reducir los resultados de tu búsqueda en el menú de la izquierda al elegir cuál es tu relación con los miembros de los grupos, por ejemplo, si deseas una categoría de “Abiertos” o “Solo miembros”, o si deseas resultados de búsquedas de grupos que estén en uno o varios idiomas.

Notas:

Según la descripción del grupo (y un análisis rápido), identifica cinco Grupos de LinkedIn que puedan tener clientes potenciales para tu negocio y únete a ellos.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

No olvides lo siguiente: Algunos grupos son privados, así que quizás tengas que esperar hasta que acepten tu solicitud para completar la hoja de trabajo.

(3) Toma medidas:

Es hora de comenzar a compartir los elementos de contenido que identificaste anteriormente. Comienza a involucrarte con los clientes potenciales:

- Al participar de las conversaciones en el grupo en las que puedas agregar valor con tu contenido.
- Al “recomendar” contenido que los demás comparten en el grupo.
- Al participar activamente compartiendo tu propio contenido y haciendo preguntas en el grupo.

Marketing ^{Rx}

Cuando encuentras una publicación en particular en el grupo que deseas controlar, puedes elegir “Seguir el debate” para estar al tanto cuando se agregue contenido a dicha publicación.

[Ejercicio para el hogar]

Dedica 20 minutos a la semana:

- A revisar el contenido de los grupos a los que te uniste (5 minutos).
- A comentar y agregar valor a las publicaciones de los demás miembros del grupo (5 minutos).
- A evaluar a aquellos con quienes más te relacionas para ver si una conexión resulta adecuada (5 minutos).
- A compartir un elemento de contenido orgánico en los grupos a los que te uniste (5 minutos).

Facebook

(1) Preparación:

Escribe las tres long tail keywords principales que las personas utilizan para encontrarte en una búsqueda. Podrás utilizar este contenido para atraer clientes potenciales a tu sitio web.

- 1.
- 2.
- 3.

Escribe tres elementos de contenido que estén relacionados con los resultados de la búsqueda de tus keywords.

- 1.
- 2.
- 3.

Escribe tres “long tail keywords” que sean consultas de búsqueda que se creen a partir de dichas palabras claves.

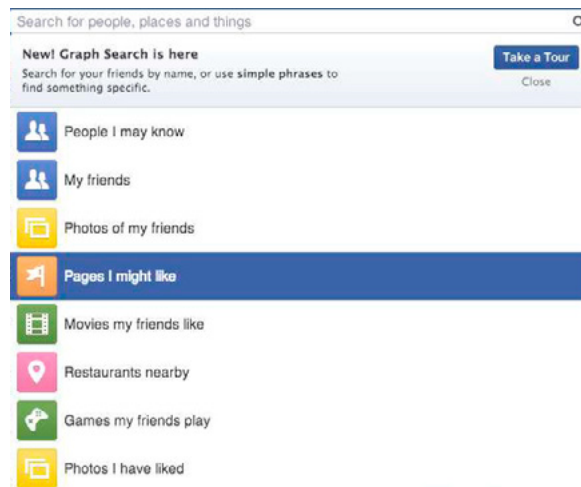
- 1.
- 2.
- 3.

Definición: Las “long tail keywords” son consultas de búsqueda conformadas por tres o más palabras que son más específicas que la palabra clave por sí sola.

Ejemplo: “HubSpot” (keyword) frente a “software de marketing de atracción” (long tail keyword).

(2) Inicio:

Inicia sesión en Facebook y escribe tus long tail keywords en la búsqueda de Facebook y fíjate qué resultados arroja.



Consejo profesional: Si no estás familiarizado con Graph Search, dedica unos minutos para hacer el recorrido. ¡Vale la pena! Puedes encontrar el recorrido aquí: <https://www.facebook.com/about/graphsearch>

Notas:

Identifica tres páginas que posiblemente podrían tener clientes potenciales para ti y haz clic en “Me gusta”.

- 1.
- 2.
- 3.

Identifica tres grupos a los que podrías unirte, en los que posiblemente haya clientes potenciales y únete a ellos.

- 1.
- 2.
- 3.

(3) Toma medidas:

Es hora de comenzar a compartir los elementos de contenido que identificaste anteriormente. Comienza a involucrarte con los clientes potenciales:

- Al participar de las conversaciones en las páginas y los grupos en las que puedas agregar valor con tu contenido.
- Al hacer clic en “Me gusta” en contenido relevante para tu industria.
- Al hacer preguntas en páginas y grupos para relacionarte con los demás.

Marketing ^{Rx}

De ser posible, suscríbete a la Fuente RSS de las páginas o los grupos (si está habilitada), para no perderte ningún contenido de tu interés.

[Ejercicio para el hogar]

Dedica 20 minutos a la semana:

- A analizar las páginas en las que hiciste clic en “Me gusta” para unirme a la conversación (5 minutos).
- A buscar oportunidades en los grupos a los que te uniste para ofrecer ayuda o contenido (5 minutos).
- A relacionarte con las personas de los grupos o las páginas directamente en sus perfiles (de ser posible) (5 minutos).
- A compartir un elemento de contenido orgánico en los grupos o las páginas a los que te uniste (5 minutos).



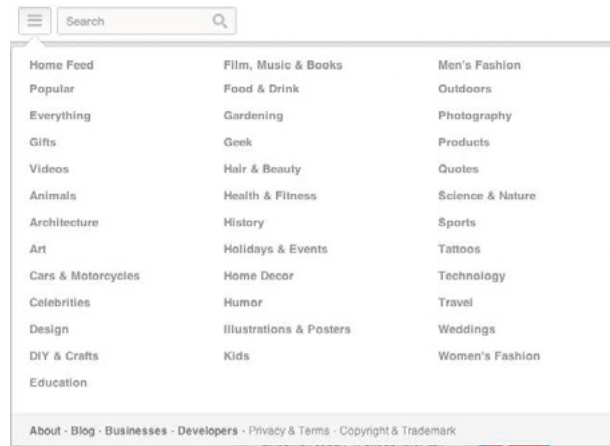
(1) Preparación:

Escribe las tres long tail keywords principales (con una etiqueta) que las personas utilizan para encontrarte en una búsqueda. Podrás utilizar este contenido para atraer clientes potenciales a tu sitio web.

- 1.
- 2.
- 3.

(2) Inicio:

Dirígete a la búsqueda de Pinterest y escribe las long tail keywords con etiquetas (y prueba también sin las etiquetas).



Consejo profesional: Utiliza el menú de la izquierda para profundizar en industrias específicas que pueden ser adecuadas para ti.

Notas:

Según los pins encontrados, identifica cinco pineadores (negocios o personas) que pudieran ser clientes potenciales y sigue sus tableros.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

(3) Toma medidas:

Es hora de comenzar a compartir los elementos de contenido que identificaste anteriormente. Comienza a involucrarte con los clientes potenciales:

- Al analizar tu nuevo board (con los tableros que sigues) para buscar cualquier contenido relevante.
- Al repinear cualquier contenido de los clientes potenciales que sea útil para tus seguidores.
- Al agregar valor a través de comentarios a los pines de tus clientes potenciales.

Marketing ^{Rx}

Regístrate para recibir alertas de PinAlerts para ver qué pinean los clientes potenciales desde tu sitio web. Puedes obtener más información aquí: <http://pinalerts.com/index/login>

[Ejercicio para el hogar]

Dedica 15 minutos a la semana:

- A analizar los tableros que sigues para ver cualquier pin nuevo (5 minutos).
- A repinear cualquier contenido relevante que publiquen tus clientes potenciales (5 minutos).
- A evaluar a cualquier persona como cliente potencial que haya pineado algo desde tu sitio web (5 minutos).



(1) Preparación:

Escribe las tres long tail keywords principales que las personas utilizan para encontrarte en una búsqueda. Podrás utilizar este contenido para atraer clientes potenciales a tu sitio web.

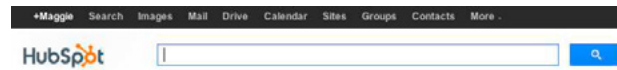
- 1.
- 2.
- 3.

Escribe tres elementos de contenido que estén relacionados con los resultados de la búsqueda de tus tres long tail keywords.

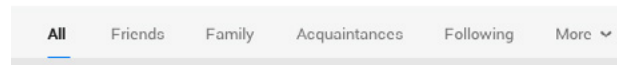
- 1.
- 2.
- 3.

(2) Inicio:

Ingresa a tu cuenta de Google+ y busca tus tres long tail keywords.



Consejo profesional: Obtén el contexto para los resultados de tu búsqueda alternando entre Todos, Amigos, Familia, Conocidos y Siguiendo.



Notas:

Identifica tres personas y páginas que puedan tener clientes potenciales para ti y “síguelas”.

- 1.
- 2.
- 3.

Identifica tres comunidades que puedan tener clientes potenciales para ti y “únete” a ellas.

- 1.
- 2.
- 3.

(3) Toma medidas:

Es hora de comenzar a compartir los elementos de contenido que identificaste anteriormente. Comienza a involucrarte con los clientes potenciales:

- Al indagar en las páginas y personas que has seguido y agregar valor cuando sea posible a través de comentarios.
- Al darle me gusta ("+1") a cualquier contenido que sea relevante para ti y tu negocio.
- Al identificar contribuyentes regulares en tus comunidades y relacionarte con ellos respondiendo preguntas o proporcionando contenido útil.

Marketing^{Rx}

Guarda todas tus búsquedas de Google+ para luego acceder a ellas fácilmente. (Simplemente agrégalas a los marcadores o guarda las URL de tus búsquedas).

[Ejercicio para el hogar]

Dedica 30 minutos a la semana:

- A analizar las publicaciones en Google+ y comentar en un elemento de contenido relevante (15 minutos).
- A trabajar en la construcción de relaciones con contribuyentes regulares de las comunidades agregando liderazgo autorizado al contenido que compartieron (15 minutos).

ACERCA DE NOSOTROS

X3Media es una agencia digital de Inbound Marketing en Colombia, socio Gold de HubSpot.

Nos enfocamos en ATRAER prospectos calificados para nuestros clientes y CONVERTIRLOS en clientes potenciales que les permitan CERRAR VENTAS.

Trabajamos de manera conjunta con nuestros clientes en el desarrollo de la Estrategia de Mercadeo para luego ejecutarla bajo un plan de ALL DIGITAL MARKETING IN ONE SOFTWARE. Utilizamos técnicas de redes sociales, blogs, emails, marketing automatizado entre muchas otras tácticas digitales.

Juntos podemos hacer efectiva y rentable tu estrategia digital.

¡Conoce lo que podemos hacer por tu empresa!

Solicita tu asesoría gratis

www.xtresmedia.com

Tel: (57) 1 5201124

