

SOLUCIONES

Marketing básico en medios sociales



COMM045PO



Comercio y
marketing



25 horas de
formación

editorial **cep**

SOLUCIONES CUESTIONARIO

Soluciones Tema 1

La web 2.0 en la empresa

1. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
2. d) Marketing
3. d) La participación de los usuarios
4. d) Chat
5. b) Especializada
6. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
7. a) LinkedIn
8. c) Están jerarquizadas, cuentan con usuarios con permisos superiores, comparten un objetivo concreto y están centradas en compartir información
9. c) El usuario es el centro de la red, están estructuradas en torno a las conexiones entre usuarios y hay una jerarquía
10. a) Atención al cliente y promoción

Soluciones Tema 2

Crear contenidos y conversar en medios sociales

1. c) Más del 80%
2. d) Es un perfil demográfico que representa a nuestro público objetivo: sexo, edad, intereses, hábitos de compra, etc.
3. b) LinkedIn
4. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
5. a) Su inmediatez y su capacidad para generar y amplificar tendencias, cuyo máximo exponente son los Trending Topics
6. b) Una hora o menos
7. c) Es un intermediario, debe procurar dar servicio a ambos sin posicionarse abiertamente en ninguno de los dos bandos
8. b) Social media manager
9. c) Marketing planner
10. c) Descontextualizado

Soluciones Tema 3

Escuchar y medir en medios sociales

1. d) Todas las respuestas anteriores son correctas
2. a) Número de usuarios que vieron una publicación concreta o bien las publicaciones de la página de forma natural, sin que haya intervenido la publicidad
3. b) A cuando una marca intenta hacer desaparecer mensajes que le perjudican, y consiguen justo el efecto contrario al hacerse viral que han intentado ejercer censura
4. b) Monitorizar todo el tiempo para poder responder de forma rápida, investigar el suceso que motivó la crítica, y responder con diplomacia ofreciendo soluciones
5. c) En caso de que posean una licencia de libre uso, y cumplamos las condiciones de esta
6. b) Solamente si ha aceptado previamente que lo hagamos, por ejemplo, en las bases de un concurso donde se especifica que se anunciará al ganador
7. c) Esta licencia es la más restrictiva de las seis licencias principales, sólo permite que otros puedan descargar las obras y compartirlas con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se pueden cambiar de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente
8. a) Reconocimiento-SinObraDerivada - CC BY-ND

9. a) Para establecer triggers o disparadores respecto de las estadísticas de un perfil social, de forma que recibimos un aviso al acercarnos a una cifra determinada previamente

10. c) Si el sorteo está basado en combinaciones aleatorias

**SOLUCIONES
ACTIVIDADES**

Soluciones Tema 1

La web 2.0 en la empresa

1.

Desde la primera versión se utiliza la página web para informar sobre los servicios de la entidad a sus diferentes públicos: banca de particulares, banca de empresas, etc. En dichas páginas informativas se invita a llamar por teléfono para ser atendidos.

En la segunda versión, además de información sobre productos, se ofrece un canal para operar desde el móvil mediante tecnología WAP (Wireless Application Protocol). Aquí, a diferencia de la versión anterior, desde las páginas de producto no se indica el teléfono, sino que se muestra un botón rojo para solicitar contrataciones mediante un formulario HTML.

En la versión actual, vemos desde la portada el sistema de acceso a los servicios de banca online para operar directamente desde la web. En las páginas de productos encontramos indicados numerosos canales de contacto: se indica el teléfono, un servicio de chat online, un formulario para solicitar cita y un enlace a la cuenta del banco en la red social Twitter.

2.

La mayor parte del contenido obedece a fines de información comercial (productos, información de la empresa, etc.). Hay elementos de atención al cliente (apartado de «Dudas frecuentes»). Por último, cabe señalar que la página web también da servicio al departamento de Recursos Humanos mediante el sistema de envío de CV.

3.

Situaciones en las que es preferible el email:

1. No tenemos prisa por recibir la respuesta, nos vale con un plazo de 1-2 días laborables.
2. Vamos a enviar el mismo mensaje a varios destinatarios.
3. Queremos que la comunicación se reenvíe a altas instancias dentro del servicio de soporte.

Situaciones en las que es preferible el chat:

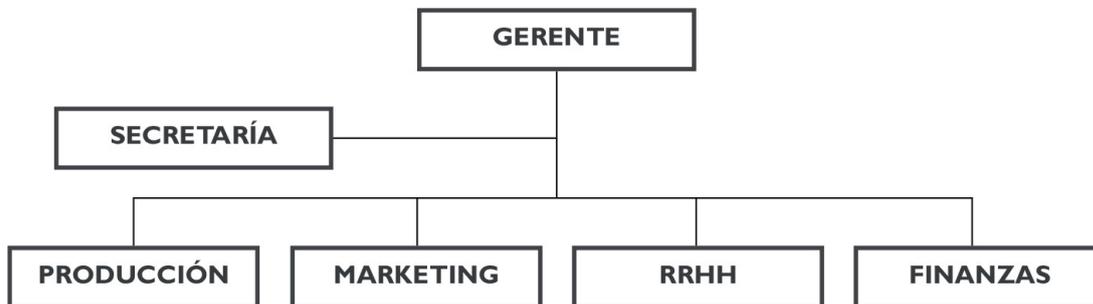
1. Necesitamos que nos atiendan rápidamente (menos de 15 minutos).
2. Estamos realizando otras tareas en el ordenador y queremos aprovechar los tiempos muertos.
3. La consulta es de naturaleza técnica y necesitamos que nos dicten la solución al tiempo que la vamos poniendo en práctica.

4.

- En el foro, hay diferentes tipos de usuarios: unos usuarios que tienen el rol de “moderadores”. En la red social todos los usuarios tienen los mismos permisos, tan solo hay unos perfiles especiales para los autores de los libros.
- En el foro, los mensajes están estructurados en torno a categorías temáticas. En la red social, los usuarios escriben reseñas en las fichas de los libros o comentarios en los grupos.
- En el foro, la página principal es precisamente el listado de categorías o subforos temáticos. En la red social, por el contrario, la página principal muestra la actividad reciente del usuario (últimos libros que está leyendo) y de sus amigos (reseñas y actualizaciones en el estado de lectura de los libros).

5.

Ejemplo: Editorial de juegos de mesa



- Producción y ventas – Atención al cliente, Venta online
- Marketing - Publicidad en redes sociales, publicidad en Google, anuncios patrocinados en blogs especializados. Investigación de mercados. Gestión de redes sociales.

- RRHH – Recepción de CV por email, Búsqueda de candidatos por LinkedIn, Publicación de anuncios en LinkedIn.

6.

1. Su misión es desarrollar y comercializar novedosos productos derivados de las microalgas, en los sectores agrícola, nutricional y cosmético, entre otros.
2. AGRIALGAE (producto agrícola), ALGAEPISCIS (producto para piscifactorías), ALGAEFOOD (producto alimentario), ALGAECARE (producto cosmético).
3. Están ubicados en Madrid. Su público es internacional ya que cuenta con reseñas en inglés.
4. Muy buena. Todas las reseñas son de 5 estrellas y ha recibido numerosos premios que vienen indicados en la página de «Información».

Soluciones Tema 2

Crear contenidos y conversar en medios sociales

1.

1. Principalmente, a madres y padres de niños pequeños (en edades desde guardería a Primaria). De forma secundaria a cualquier persona o profesional que necesite etiquetas personalizadas (hay publicaciones dirigidas a negocios)
2. Necesitan etiquetar las prendas y pertenencias de sus hijos para que no se pierdan. Las familias disponen de poco tiempo así que buscan una solución rápida, y el uso por parte de niños requiere que la solución empleada sea resistente y duradera.
3. La facilidad de aplicación, las posibilidades de personalización de diseños, la variedad de etiquetas (para prendas, bolis, zapatos, etc.)

2.

Si examinamos las **páginas web**, la de **Caxton College** es la que más optimizada está para redes sociales: no solo se enlazan desde la cabecera consistentemente en todo el site, sino que los blogs de aula al estar desarrollados con WordPress cuentan con botones para «compartir en redes sociales», lo que incrementa sus posibilidades de llegar a más usuarios.

En **Caxton College**, además, el apartado de “Actualidad” de la portada de la web incluye no solo noticias internas sino noticias extraídas directamente de su página de Facebook.

3.

En cuanto a la **frecuencia de publicación** **Caxton College** toma la delantera, con numerosas publicaciones (prácticamente 1-2 veces al día) de las actividades del colegio: actuaciones, ferias, trabajos de los alumnos... todo ello ilustrado con fotografías reales del día a día del centro. **BSB Castelldefels** y **St. George** tienen una frecuencia de actualización más igualada: 3 post/semana y 2 post/semana, respectivamente.

Cabe destacar que **Caxton College** y **St. George** tienen un esquema similar en sus publicaciones, ofreciendo todos sus mensajes en ES-EN (aunque en inglés en segundo lugar). **BSB Castelldefels** por otro lado publica todo en español.

4.

- Darse a conocer como tienda de cómics, juegos de mesa, cartas coleccionables, juegos de rol y merchandising en su zona.
- Dar a conocer las actividades, torneos, presentaciones, etc. Hacer patente su valor diferencial como lugar para jugar.
- Complementar la relación con los clientes, ofreciendo un canal de comunicación que se suma a los ya existentes (mail, teléfono, atención en tienda...) dándoles así un servicio todavía mejor. Otro valor diferencial frente a la competencia.
- Generar actividad (enlaces, conversaciones, debates) en torno a las cuentas en redes sociales y sus contenidos en la web, para que los buscadores los reconozcan como un actor relevante y ello repercuta en su posicionamiento en los resultados de búsqueda.

5.

A continuación, indicamos las fechas a tener en cuenta en la planificación de cara al año (Ejemplo de 2016):

	Días Mundiales	Eventos Sector
Enero	01- Año nuevo	25 – 27 Customer Experience Management in Telecoms 2016
Febrero		16 y 17 - VII SALÓN MIEMPRESA 4 Years From Now (4YFN) – 22 al 25
Marzo	15 - Día Mundial de los derechos del consumidor	

Abril	01 - Día Internacional de la Diversión en el Trabajo	19- 5th Annual Customer Experience Management in Banking Summit 19 - 3rd Annual Pharma Customer Experience Management Summit
Mayo		
Junio		
Julio		
Agosto		
Septiembre		- Data Congress 2016
Octubre	02 - Día Mundial de la Sonrisa 07 – Día Mundial Experiencia de Cliente	04 – CX Day 2016 - Big Data Spain Conference
Noviembre	03 - Día Mundial de la Usabilidad y Experiencia de Usuario 10 - Día Mundial de la Ciencia al servicio de la Paz y el Desarrollo 12 – Día Mundial de la Calidad	- Big Data Coe Barcelona
Diciembre	25 – Navidad	

6.

La colaboración sería muy beneficiosa para el hotel ya que la cuenta tiene más de 450.000 seguidores, con un promedio de 20.000 likes para cada foto. La ratio de engagement según Websta roza el 70% de sus seguidores, lo cual nos da una cifra muy alta de usuarios que realmente verían la publicación.

En suma, daría mucha visibilidad al hotel y mejoraría su reputación de marca en Rusia, ya que las recomendaciones de los influencers son muy tenidas en cuenta por sus seguidores.

Soluciones Tema 3

Escuchar y medir en medios sociales

1.

En este caso se plantearía dar una respuesta pública para que todos los seguidores pudieran leerla:

“Nos sorprende tu comentario, ya que según me han comentado el maître y el camarero que te atendieron, ya te ofrecieron las explicaciones. Aprovechamos para agradecerte que hayas confiado en nosotros para celebrar este evento, y para responderte y explicar en la medida de lo posible, y ampliando la información, para que quien lea tu comentario tenga una información más completa de lo sucedido.

En primer lugar, lo reservado y acordado para el evento del que se trata, fue una reserva de mesa para 21 personas, con el menú diario habitual de nuestro restaurante, un viernes en horario de comida, que se ofreció en una sala del restaurante, junto con otras mesas reservadas por otros clientes ajenos a vuestro evento. Lo normal y habitual cuando se contrata un menú del día en un restaurante.

El menú del día contratado para el evento mencionado es un buen menú del día, con una relación calidad / precio muy buena, pero no puede equipararse a cuando se contrata un servicio de boda. Lógicamente hay bastantes diferencias, tanto en el menú como en los servicios que se ofrecen e incluyen, sin entrar a detallar diferencias en precios.”

La primera reacción debe ser preguntar al personal para conocer la otra parte de la historia, puesto que, aunque nuestra actitud sea la de «el cliente siempre tiene la razón» a veces no la tiene. En este caso era importante dar una respuesta pública donde se aclarasen todos los puntos de la acusación, pero tal y como vemos en el mensaje del hotel en todo momento se hace desde el respeto y no desde la confrontación.

2.

Las de adultos sí, ya que las fotos son propiedad de la empresa. No debería publicar las fotos en las que aparezcan menores a menos que tenga autorizaciones firmadas por parte de sus padres o tutores.

3.

1. Número de visitas a la tienda online desde redes sociales.
2. Número de visitas a las fichas de los libros en promoción.
3. Número de contactos de escritores noveles conseguidos por redes sociales y Número de manuscritos recibidos.
4. Número de likes recibidos en las publicaciones de los nuevos lanzamientos.
5. Número de personas interesadas en los eventos de las presentaciones de libros.
6. Número de veces que se ha mencionado a la cuenta de la editorial en perfiles de autores, revistas y otros perfiles relacionados con el sector literario.
7. Alcance de los mensajes publicados.
8. Alcance de hashtag relacionados con lanzamientos, eventos, convocatorias de antologías de relatos, etc.

4.

- Número de mensajes publicados: 5/semana
- Tiempo promedio de respuesta de comentarios: 3h
- Tiempo promedio de respuesta de mensajes privados: 1h

5.

Las siguientes ideas están extraídas del blog de Easypromos, que precisamente publicó un artículo con motivo del Eurobasket 2017:

1. Test con respuestas personalizadas para divertir. Plantea a tus seguidores un atractivo cuestionario tipo test y, en función de sus respuestas, dile a qué jugador se asemejan.
2. Trivia de expertos para llegar a un nicho concreto. Pon a prueba los conocimientos de tus seguidores: "¿Eres un maestro del baloncesto? ¡Demuéstralo y gana una entrada para ver a los Harlem Globetrotters?"
3. Puedes realizar una quiniela o porra relacionada con la competición para lograr viralidad. "¿Qué equipo crees que se proclamará ganador de la NBA?"
4. Concurso de fotos como herramienta de UGC (UGC-User Generated Content).
5. Encuesta en el muro para aumentar el engagement. Se trata de realizar una encuesta expres en la que los usuarios tienen que elegir de entre varios hashtags. El gancho es un sorteo en el muro entre todos los comentarios del post.

6.

Si tras publicar el ganador, el usuario dejó un comentario en la publicación dando las gracias, podemos usar la opción "Responder" que abre el sistema de mensajería privada.

Si no lo hizo, podemos añadir un comentario en la publicación mencionándole (para que le salga una notificación) que diga "Enhorabuena [Nombre del usuario], por favor, escríbenos un mensaje privado indicando tu nombre completo, DNI y teléfono de contacto"

En ningún caso le pediremos estos datos abiertamente ya que debemos proteger su privacidad.

