

Cómo iniciar desde cero la gestión de una marca en RRSS

Tono de comunicación

Definición de tono de comunicación

Elegir el tono y el lenguaje de comunicación de una marca en Internet debería ser de las primeras tareas de todo gestor de comunidades online. Lo cierto es que el tono dependerá del canal y sobre todo de tu consumidor. La mayoría de veces es el mismo que emplea la marca en los medios offline. Aunque en ocasiones hay marcas que se pueden permitir agregar un toque más divertido en sus mensajes.

Propósito	Tono	Carácter
Entretener	Humorístico Informal	Personal Emocional Divertido
Vender	Informal Cercano Demostrativo	Honesto Directo Explicativo
Comunicar	Cercano Informal Informativo	Personal Emocional Directo
Engagement	Cercano Testimonial Informal	Directo Emocional Personal

Tono de comunicación

Ahora bien, ya sabéis que tipo de tono utilizar según vuestros propósitos, pues ahora tenéis que tener en cuenta que dependiendo los mensajes que publicuéis en los distintos canales online los usuarios pueden experimentar respuestas tanto positivas como negativas, en el siguiente cuadro os comparto las más comunes:

Positivo	Negativo
Curiosidad	Frustración
Sorpresa	Distracción
Encanto/Deleite	Criticismo
Orgullo	Enojo
Alegría	Confusión
Diversión	Aburrimiento
Regocijo	Escepticismo
Interés	Miedo
Optimismo	Estrés
Alivio	

Definición de palabras claves

Las palabras claves son imprescindible en una gestión de comunidades online, sin contar lo beneficiosas que son a nivel de SEO cuando estamos redactando noticias en el blog. Mi recomendación para generar palabras es la siguiente:

Primer paso

Generar todas las palabras claves relacionados a la marca, tomaré de ejemplo mi marca personal:

- Social Media
- Redes Sociales
- Community Manager
- Estrategias
- Concursos y Sorteos
- Plan de Marketing
- Plantillas de redes sociales
- E-Books de redes sociales
- Tutoriales
- Inbound Marketing
- Marketing de atracción
- Twitter Ads
- Marca Personal
- Blogging
- Facebook Ads
- Linkedin Ads
- Informes de redes sociales
- Analíticas en redes sociales
- Propuestas y presupuestos
- Casos de éxito

Definición de palabras claves

Segundo paso

Dividir las palabras claves por categorías, siguiendo con el ejemplo de mi marca personal, quedaría así la división:

- **Social Media**
- Community Manager
- Plan de Marketing
- Social Media
- Redes Sociales
- Inbound Marketing
- Marketing de atracción
- Tutoriales
- Analíticas de red social
- Casos de éxito
- Propuestas y presupuestos
- Concursos y sorteos
- **Publicidad**
- Facebook Ads
- Facebook Offers
- LinkedIn Ads
- Twitter Ads
- **Descargable**
- Libros / E-Books
- White Papers
- Plantillas
- **Marca Personal**
- Marca Personal
- Blogging

Definición de palabras claves

Tercer paso

Nunca olvidar incluir las palabras claves en nuestros mensajes en redes sociales o en las noticias que se publiquen en el blog.

Definición de frases claves

Una vez que tengamos las palabras tenemos que crear frases que resuman a la marca en pocas palabras. *Muy importante: No olvidar incluir las palabras claves en estas frases.*

Siguiendo el ejemplo de mi marca personal @vilmanunez, os comparto algunas frases

- Todo lo referente a Social Media Marketing en un solo lugar
- Promociones en redes sociales, blogs e Internet

Manual de Identidad Digital

El manual de identidad digital consiste en generar un documento con todo lo que se puede hacer con la marca en medios online. La estructura de este manual sería:

- **Adaptación del logo** – logo horizontal, logo vertical.
- **Favicon** - elemento gráfico que simboliza la marca.
- **Tipografía** – la o las tipografías que se pueden utilizar para generar contenidos en redes sociales y blogs.
- **Colores corporativos** – aquellos que pertenecen al logo de la marca y que se pueden utilizar en redes sociales y blogs para publicaciones.
- **Malos usos** – todas las formas en las que no puede colorar el logo.

Configuración de perfiles online

Para realizar una configuración correcta de los perfiles en redes sociales lo primero es saber que poner en cada espacio y luego las medidas de cada diseño para crearlos.

Tabla de las medidas en Youtube, Facebook y Twitter

Red	Formato	Medida	Info adicional
Youtube	Imagen cabecera	2560x1440 píxeles	https://support.google.com/youtube/answer/2972003?topic=16630&ctx=topic&hl=es#
	Avatar	800 x 800 píxeles	
Facebook	Avatar	180 x 180 píxeles	
	Imagen cabecera	851 x 315 píxeles	
	Imagen promo (formato cuadrado)	403 x 403 píxeles	
	Imagen promo (formato horizontal)	843 x 403 píxeles	
Twitter	Avatar		
	Cabecera	1252x626	No + de 5MB
	Background		

Configuración de perfiles online

Mi recomendación es que siempre se actualicen los diseños de los perfiles online, sobre todo en ocasiones como:

- Lanzamiento de nuevo producto o servicio
- Promoción de algo específico
- Lanzamiento de una nueva campaña

En Facebook es donde más personalizaciones se pueden implementar:

- Instalación de pestañas en FB
- Configuración de pestañas en FB
- Contenidos destacados
- Contenidos a full width (843x403)

Configuración de perfiles online

Ejemplos de redes sociales personalizadas



MUWOM
1,074 likes · 28 talking about this

Update Page Info 3 ✓ Liked ⚙

Configuración de perfiles online

Ejemplos de redes sociales personalizadas

The image displays a social media profile for MUWOM, featuring a custom navigation menu on the left and a profile card on the right.

Navigation Menu (Left):

- Profile picture: A black circle with a white stylized 'M' logo.
- Links: muwom.com, @muwom, /muwom, /themuwom.
- Menu items: Tweets, Following, Followers, Favorites, Lists.
- Section: Tweet to MUWOM with input field @muwom.
- Section: Photos and videos.

Profile Card (Right):

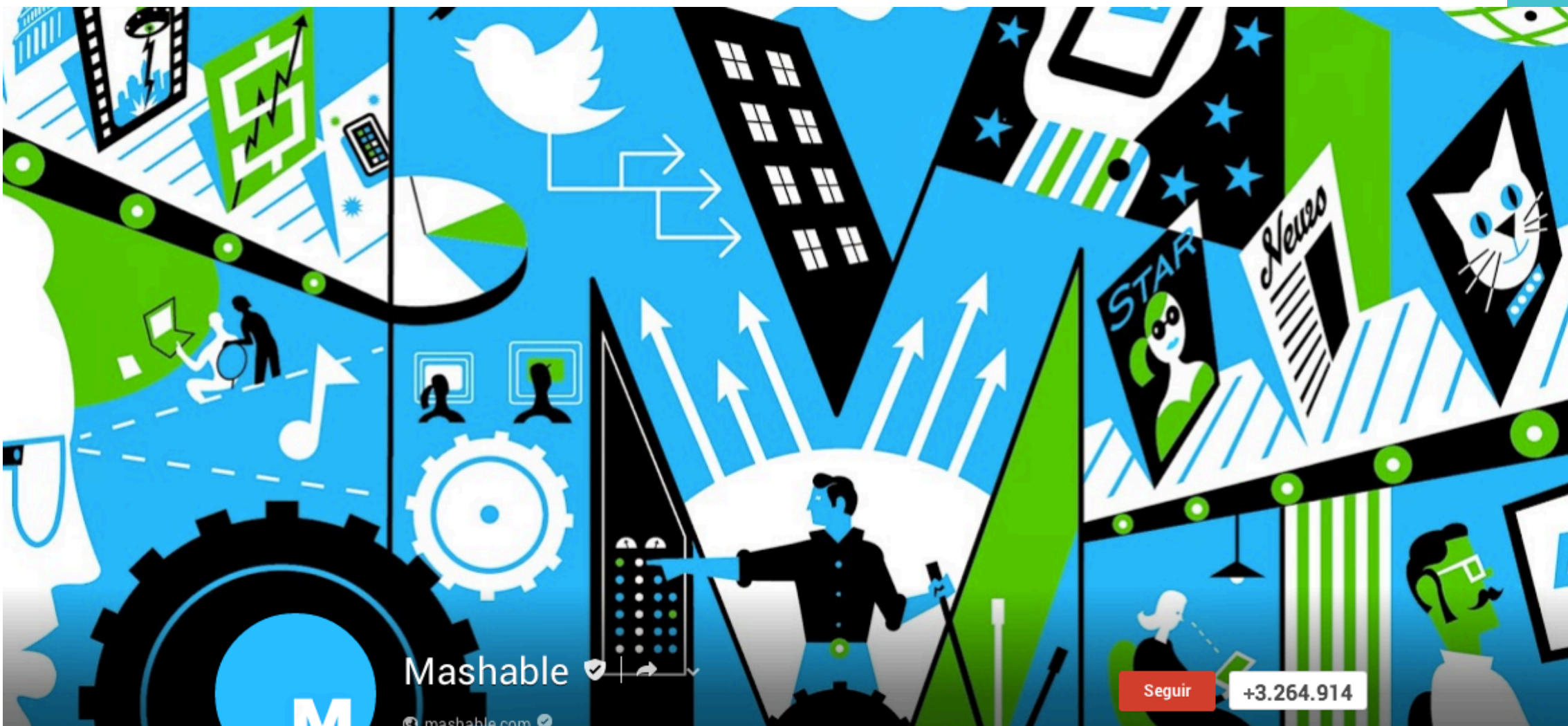
- Profile picture: A white square with a black stylized 'M' logo.
- Username: **MUWOM** @muwom (FOLLOWS YOU).
- Bio: Nuevo concepto de sello para artistas y marcas. Unimos Cultura Digital, Tech y Música en proyectos de Branded Content multiplataforma. Impulsamos desde MUWOMlab Spain · muwom.com
- Stats: 4,419 TWEETS, 5,777 FOLLOWING, 6,567 FOLLOWERS.
- Buttons: Profile dropdown, Following.
- Followed by: Juan Díaz-Faes, Santiago Bonet, tony Chacon and 100+ others.

Tweets (Bottom Right):

- Profile picture: MUWOM logo.
- Text: **MUWOM** @muwom 6h
- Content: Estudio: Los músicos opinan que su música no se está devaluando bit.ly/1b8QpN2
- Actions: Expand, Reply, Retweet, Favorite, Buffer, More.

Configuración de perfiles online

Ejemplos de redes sociales personalizadas



Configuración de perfiles online

Ejemplos de redes sociales personalizadas



Generación de contenido inicial

El contenido inicial de la marca han de ser pensando para que sea muy informativo, es importante que el nuevo fan se encuentre desde que entre lo que le aportará la marca. A continuación algunos ejemplos de contenidos a publicar para iniciar:

- Imágenes y vídeos con los productos o servicios de la marca.
- Algún producto o servicio nuevo destacado con sus principales características.
- Información de interés de la marca: si es tienda física (horario y ubicación), si es una marca de consumo (imágenes atractivas) y así sucesivamente.

Generación de contenido inicial

Tipos de contenidos diarios que se pueden publicar:

- Compartir una noticia relacionada a la marca
- Publicar ofertas
- Compartir consejos
- Publicar recomendaciones
- Compartir un contenido divertido en imagen o vídeo
- Publicar un post del blog
- Realizar una encuesta
- Hacer una adivinanza
- Compartir consejos
- Compartir vídeos, álbum de fotos, infografías
- Dirigir tráfico a la web
- Publicar ¿Sabías qué?
- Realizar preguntas a los fans
- Promocionar otros perfiles en redes sociales

Contenidos esporádicos

- Agradecimientos cuando se alcancen una X cantidad de fans
- Agradecimientos a fans por apoyo
- Contenido brandeado
- Mini juegos (Juego de diferencias, sopas de letras, rompe cabezas, etc...)
- Eventos de Facebook
- Concursos o sorteos
- Contenido de última moda (MEME)
- Celebración de festivales
- Imágenes interactivas ([Thinglink](#))

Generación de contenido inicial

Calendario de contenidos diarios en Facebook

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Compartir noticia	Compartir noticia	Compartir noticia	Compartir noticia	Compartir noticia	Solo publica si la marca lo necesita	
Dirigir tráfico a web	Post blog	Haz una encuesta	Post blog	Publicar ofertas		
Compartir novedades	Hacer pregunta	Recomendar algo a fans	Completa la frase	Contenido divertido		
Promoción de otros perfiles en RRSS	Cultura: Sabías que	Juego: Adivinanza	Promoción de otros perfiles en RRSS	Encuestas		
Consejos	Tutoriales	Códigos o cupones de promoción	Frases	Consejos		
Vídeo	Álbum de fotos	Infografías (pequeñas)	Dirigir tráfico a web	DYI: Cómo hacer algo con producto marca		

Herramientas de trabajo

MONITORIZACIÓN

- [Tweetdeck](#) – herramienta de gestión de perfiles que también permite monitorizar palabras claves, hashtags y usuarios
- [Hootsuite](#) – es igual que Tweetdeck pero ofrece más soluciones profesionales para la gestión de comunidades online. Entre ellas la opción de monitorizar cualquier palabra o usuario.
- [Pirendo](#) - plataforma para monitorizar en Facebook y Twitter, tienen un catalogo de métricas muy extenso que permite crear un informe propio según cada marca.
- [Incoming](#) - es una aplicación para MAC gratis que te permite monitorizar una palabra clave o hashtag, luego puedes exportar los tuits en un excel
- [Monitter](#) – permite la monitorización de palabras claves en Twitter
- [Twitter Advanced Search](#) - buscador avanzando propio de Twitter para palabras claves
- [Topsy](#) - buscador avanzado para buscar palabras claves en Twitter
- [TweetBeep](#) - herramienta para crear alertas con palabras claves en Twitter
- [Socialloomph](#) - Monitorización de palabras claves en Twitter
- [Rowfeeder](#) - Una buenísima herramienta para monitorizar un hashtag o palabra clave en Twitter en tiempo real, ofrece la característica de agregar la búsqueda en un google doc y descargar un archivo de Excel con datos estadísticos de impresiones, usuarios más participativos, palabras más menciones, etc...

Herramientas de trabajo

GESTIÓN DE PERFILES

- [Tweetdeck](#) – herramienta de gestión de perfiles que también permite monitorizar palabras claves, hashtags y usuarios
- [Hootsuite](#) – es igual que Tweetdeck pero ofrece más soluciones profesionales para la gestión de comunidades online. Entre ellas la opción de monitorizar cualquier palabra o usuario.
- [BufferApp](#) – permite programar contenidos en Twitter, Facebook, LinkedIn y Google+. Tiene integración con Bit.ly para sincronizar las urls acortadas.
- [Bit.ly](#) – acortador de URLs que permite analizar los clics que recibe un enlace en un periodo determinado de tiempo. Las URLs son personalizables después de bit.ly
- [SocialBro](#) – ayuda a gestionar las comunidades online
- [Google Analytics](#) – es la herramienta más famosa de análisis de páginas webs. Ayuda a medir la conversión (tráfico) que se recibe en la web a través de las redes sociales
- [Klout](#) – herramienta para medir el nivel de influencia de un perfil en Twitter

Herramientas de trabajo

PROGRAMACIÓN DE PUBLICACIONES

Aunque no se trata de convertir a la marca en un robot, en ocasiones es muy funcional el poder programar contenidos en los días y horarios que el Community Manager configura. Las herramientas más utilizadas para esta labor son:

- Tweetdeck
- Hootsuite
- BufferApp
- IFTTT
- Postcron
- Facebook – *la red social ofrece la opción de publicar contenido en fechas determinadas.*

Herramientas de trabajo

ANALÍTICAS EN REDES SOCIALES

- [Bit.ly](#) – acortador de URLs que permite analizar los clics que recibe un enlace en un periodo determinado de tiempo. Las URLs son personalizables después de bit.ly
- [Pirendo](#) – Análisis de palabras claves, usuarios o hashtags en formato informe. Es una gran herramienta para ver el seguimiento y evolución de una marca en redes sociales.
- [Rowfeeder](#) - Una buenísima herramienta para monitorizar un hashtag o palabra clave en Twitter en tiempo real, ofrece la característica de agregar la búsqueda en un google doc y descargar un informe de Excel con datos estadísticos de impresiones, usuarios más participativos, palabras más menciones, etc...
- [Simply Measured](#) – es una herramienta de pago que ofrece un sinnúmero de plantillas gratuitas para generar informes de redes sociales.
- [Facebook Insights](#) – con el nuevo look&feel de las nuevas analíticas de Facebook ahora además de tener más datos , todo es mucho más visual, lo que simplifica la recopilación de datos y elaboración de informes
- [Twitter Analytics](#) – aunque todavía no está abierto a todo público, son las analíticas de Twitter oficiales para perfiles.

Herramientas de trabajo

HERRAMIENTAS PARA GESTIÓN INSTAGRAM

Analíticas

- Statigr.am analiza los perfiles de Instagram y permite gestionar cuentas y monitorizar hashtags. Tiene varias funcionalidades interesantes.

Gestión de cuentas

- Justunfollow – te permite gestionar los seguidores y no seguidores de una cuenta de Instagram.

HERRAMIENTAS PARA GESTIÓN PINTEREST

- Pinterest web analytics – aunque esto es más bien reciente, la red social ofrece a los negocios analíticas interesantes sobre sus cuentas.
- Pinerly - además de medir la influencia también ofrece hacer Follow y Unfollow a pinners, ver los pins más populares, programar pins y estadísticas sobre tus pins.
- Pinreach – Analíticas de Pinterest: quienes son tus seguidores más influyentes, tus pins con más “repins”, estadísticas de tus boards (cantidad de seguidores, cantidad de repins, cantidad de pins, likes y comentarios y analíticas sobre seguidores.

Herramientas de trabajo

HERRAMIENTAS PARA RSS

La mejor forma de curar contenido es a través de lectores de RSS. Después del cierre de Google Reader, el más recomendado es [Feedly](#). Aunque existen alternativas como:

- [Flipboard](#) - lectura de noticias en formato magazine.
- Reeder - aplicación de iPhone, iPad y MAC que permite leer las noticias de medios online sin distracciones.
- The Old Reader – un lector de RSS muy parecido a Google Reader
- Net News Wire (Mac, iPhone, Ipad) – un rss muy parecido a Mail o Outlook en su look and feel.

Herramientas de trabajo

HERRAMIENTAS IMÁGENES GRATUITAS

Está totalmente prohibido tomar imágenes de Google Images, por eso importante tener fuentes de donde conseguir imágenes buenas y gratuitas. Aunque está claro, que las mejores son las de pago.

Gratuitas

- [SXC](#) – el banco de imágenes con las mejores fotografías gratuitas
- [Flickr](#) – con la opción de imágenes Creative Commons
- [The Noun Project](#) – banco de imágenes con iconos en vectores gratuitos o con la opción de tener que citar al autor
- [Free Pik](#) - Buscador de imágenes y vectores gratuitos.

De pago

- [Shutterstock](#) – sin duda para mi el mejor banco de imágenes e ilustraciones de pago. Quizás cuesten, pero vale totalmente la pena tener apoyo gráfico de valor.

Herramientas de trabajo

HERRAMIENTAS ORGANIZACIÓN Y PRODUCTIVIDAD

La posición de Community Manager es de las más polifacéticas que existen, por eso es de suma importancia intentar ser lo más organizado posible y tener mucha productividad. A continuación os comparto las herramientas ideales para organizar todo el trabajo y así conseguir mejores resultados en menor tiempo.

- [Dropbox](#) – Espacio en la nube para almacenar documentos.
- Google Drive – Espacio en la nube enlazado a una cuenta de Gmail. Idea para trabajar archivos colaborativos
- [Evernote](#) – la mejor herramienta hasta el momento que permite organizar contenidos de forma inteligente.
- Teambox – herramienta para gestionar proyectos y tareas con el equipo.
- [Skype](#) – permite realizar vídeo conferencias y llamadas telefónicas internacionales a precios muy competitivos
- Google Hangout – Chat integrado de Google que permite enviar mensajes instantáneos, también ofrece la opción de realizar vídeo conferencias.

Herramientas de trabajo

PLANTILLAS DE TRABAJO

Para organizar la gestión de un Community Manager lo mejor es crear una carpeta con todos los documentos necesarios, a continuación los vamos a ir viendo uno a uno con una breve explicación. *Todas las plantillas están incluidas en la carpeta Pack del Community Manager.*

