

# COMUNICACIÓN DIGITAL: LAS REDES SOCIALES COMO CANAL PRINCIPAL

# BREVE HISTORIA DE CLARA SOLER

1997



Diplomada en  
Empresas y  
actividades  
turísticas

2000



Hoteles  
Guía turístico  
Agencia Viajes  
Restaurantes  
Oficina turismo  
Oposiciones

2010



Community  
Manager  
Freelance

2011



Agencia  
Social Media  
para turismo

2015



Agencias:  
WAM  
Elogia

2017



Clara Soler  
Consultora  
Freelance

2019



Agencia  
Marketing y  
Comunicación

# LAS REDES SOCIALES COMO **CANAL PRINCIPAL** DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

PUBLICIDAD

Protege tu vida digital con Panda Security

- Antivirus multidispositivo
- Compras y banca online seguras
- Protección Wi-Fi

Descubre cómo hacerlo



TECNOLOGÍA

# WhatsApp encabeza las redes sociales en España, donde el 80% de la población ya usa estas plataformas

España tiene cerca de 38 millones de personas que utilizan redes sociales, siendo WhatsApp la más utilizada

EUROPA PRESS

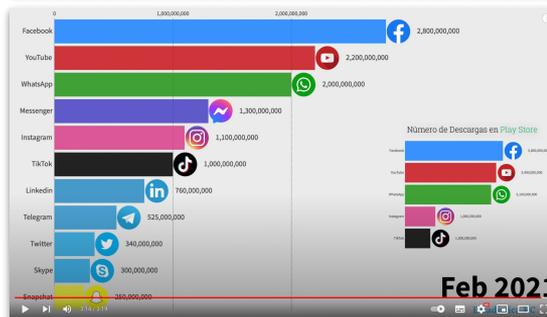
Actualizado Martes, 29

## EL 80% DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA USA REDES SOCIALES

Respecto a España, los datos del informe de Hootsuite y We Are Social señalan que actualmente hay **más de 37 millones de usuarios de redes sociales**, lo que equivale al **80 por ciento de la población**.

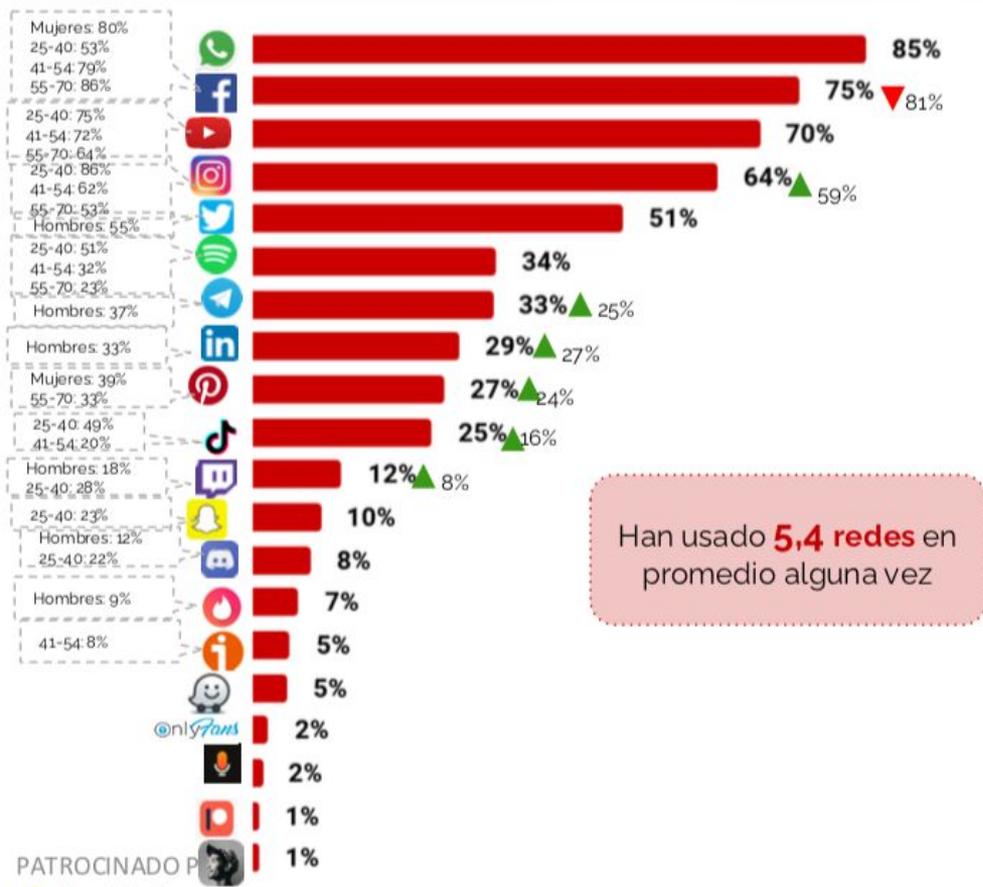
Los usuarios se decantan **mayoritariamente por el teléfono móvil** (casi 98%) para conectarse a las redes sociales, y pasan en ellas casi dos horas al día, como se recoge en el estudio.

Las plataformas más usadas por los españoles son **WhatsApp** (89,5%), **YouTube** (89,3%) y **Facebook** (79,2%). Son las mujeres las que prefieren usar redes sociales como Facebook (54,5%), YouTube (50,3%), Instagram (53,7%), Snapchat (74,3%) y Pinterest (74,2%). Sin embargo, son los hombres los que prefieren LinkedIn (53,5%) y Twitter (62,8%).



<https://www.youtube.com/watch?v=dFRPltzDpgg>

# Uso redes | Alguna vez



- **Whatsapp** se mantiene como la **red social con más usuarios**, seguida de **Facebook** (que **decrece** vs 2020 (81%) y 2019 (87%%)).
- **TikTok** es la red que **más crece en usuarios** (+9pp vs 2020 (16%%)).
- Actualmente, los usuarios utilizan 5,4 redes en promedio. 1 más que en 2020 (se usaban 4,5 redes y en 2019 3,7).

• ¿Cuál(es) de las siguientes utilizas/visitas?

▲ dif.significativa  
s vs 2020

Base usuarios RRSS: 932

ELABORADO POR:



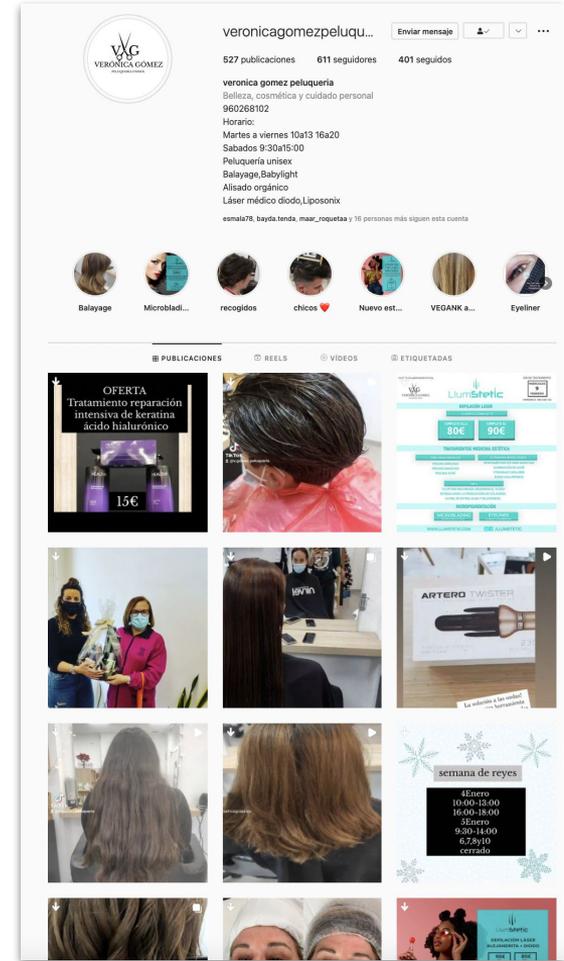
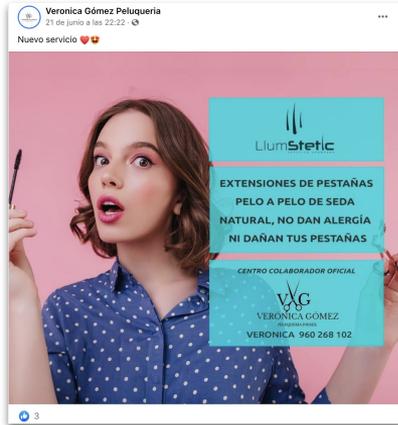
# Redes sociales: uso



- Estar informados
- Entretenenos
- Aprender
- Inspirarnos
- Conocer marcas
- Seguir tendencias
- Buscar empresas
- Seguir a amigos
- Seguir a influencers

# Redes sociales

## ¿Seguís a vuestra peluquería en redes?



# iNo os olvidéis de Google!



peluquería en manises

Búsquedas Mensuales: 0 | CPC Prom.: €0



Ver

Todo Maps Imágenes Noticias Shopping Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 265.000 resultados (0,44 segundos)

Buscar resultados en



Paginasamarillas

Peluquería en Manises [...]



Starofservice

Los 10 Mejores peluqueros e...



Groupon

Peluquerías y Estilismo



Valoración

Horario

## Peluquería y estética TrendyLook Manises

4,9 ★★★★★ (51) · Peluquería

Carrer Furs, 4 · 665 90 40 56

Cerrado · Abre a las 10:00

Citas online



Programación

Sitio web

Cómo llegar

## Atelier Peluquería Unisex

5,0 ★★★★★ (25) · Peluquería

Más de 3 años en activo · Carrer Paterna, 1, BAJO · 961 84 81 21

Cerrado · Abre a las 10:00



Cómo llegar

https://www.uala.es › peluquerías › manises

## El mejor 2 peluquerías en Manises. precios, horarios y ... - Uala

Domain Authority: 45

Est. Visitas: 0

1

TrendyLook Manises es un centro de belleza donde el cliente encontrará todos los servicios necesarios de estética y peluquería para renovar su look y mimar su ...

https://www.paginasamarillas.es › peluqueria › valencia

## Peluquería en Manises | PÁGINAS AMARILLAS

Domain Authority: 71

Est. Visitas: 0

0

20 resultados de peluquerías en Manises. Todos los datos de relevancia acerca de peluquerías y profesionales de estética y cuidado del cabello. Servicios de ...

https://www.starofservice.es › ... › Manises

## Los 10 Mejores peluqueros en Manises Valencia

Domain Authority: 34

Est. Visitas: 5

0

Vea aquí la lista entera de nuestros Mejores peluqueros Manises y sus alrededores revisado a través de la comunidad de StarOfService del Valencia ...

★★★★★ Valoración: 4,8 · 12.694 reseñas

https://es-es.facebook.com › ... › Centro de bronceado

## Estilistas marisol Peluquería en Manises - Facebook

Domain Authority: 96

Est. Visitas: 0

0

Estilistas marisol, Manises. 68 Me gusta · 1 personas están hablando de esto · 9 personas han estado aquí. Peluquería.

★★★★★ Valoración: 5 · 1 voto

https://es-es.facebook.com › ... › Salón de manicura

## Peluquería Mari Serra estil - Inicio | Facebook

Domain Authority: 96

Est. Visitas: 0

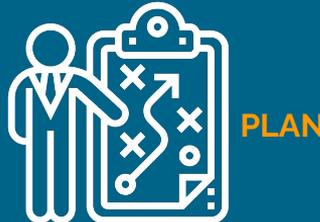
0

Peluquería Mari Serra estil, Manises. 103 Me gusta · 8 personas están hablando de esto · 3 personas han estado aquí. Peluquería.

★★★★★ Valoración: 4 · 4 votos



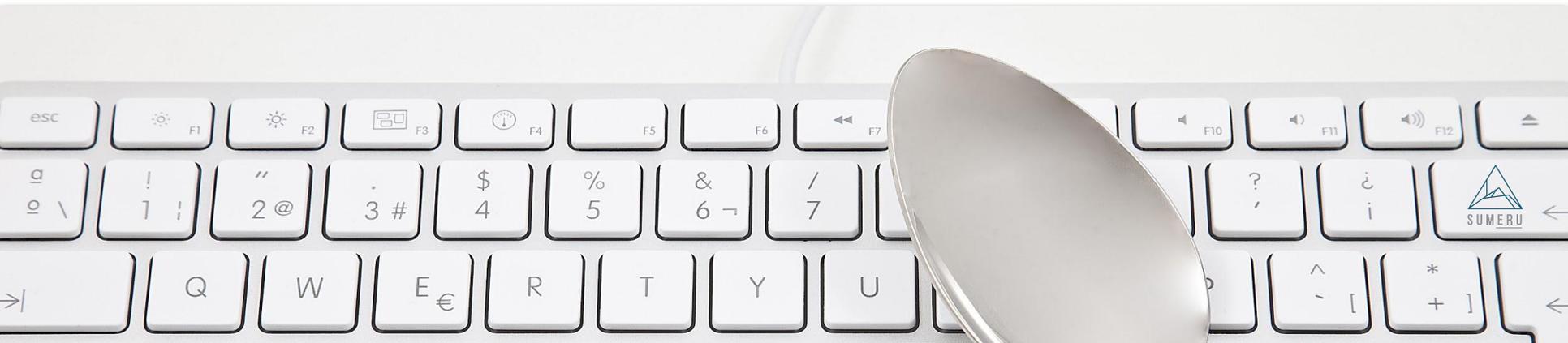
# Claves para mejorar mi comunicación a través de las redes sociales



# Metodología propia: S.O.P.A.

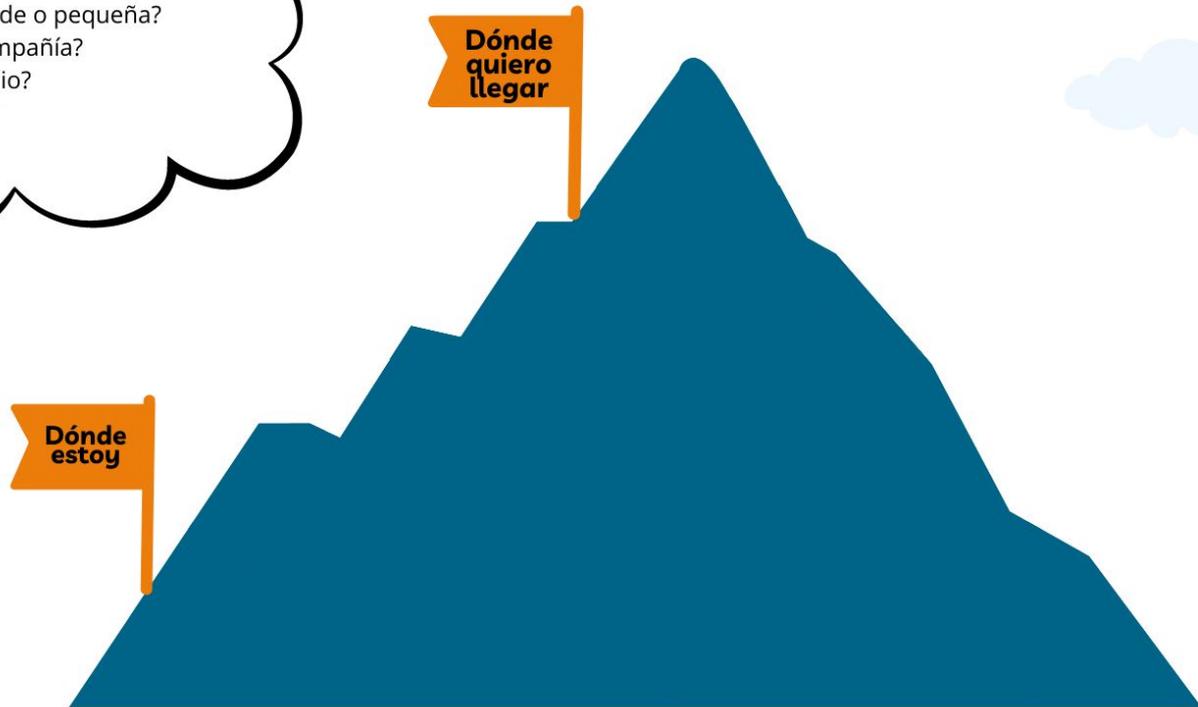


- **S**ituación actual de nuestra comunicación: análisis y diagnóstico.
- **O**bjetivos: SMART
- **P**lan estratégico: a quien nos dirigimos, por qué, cuándo y cómo.
- **A**nálisis e interpretación. Medición de resultados.



# TRAZAR UN PLAN

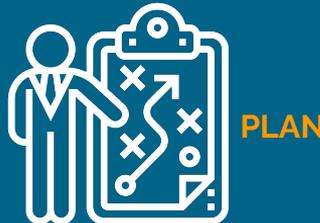
¿Subo por aquí o por el otro lado?  
¿Mochila grande o pequeña?  
¿Sólo o en compañía?  
¿En abril o junio?  
¿Qué comida?  
Etc...



# ¡Coge papel y boli!



# 1- SITUACIÓN: análisis y diagnóstico



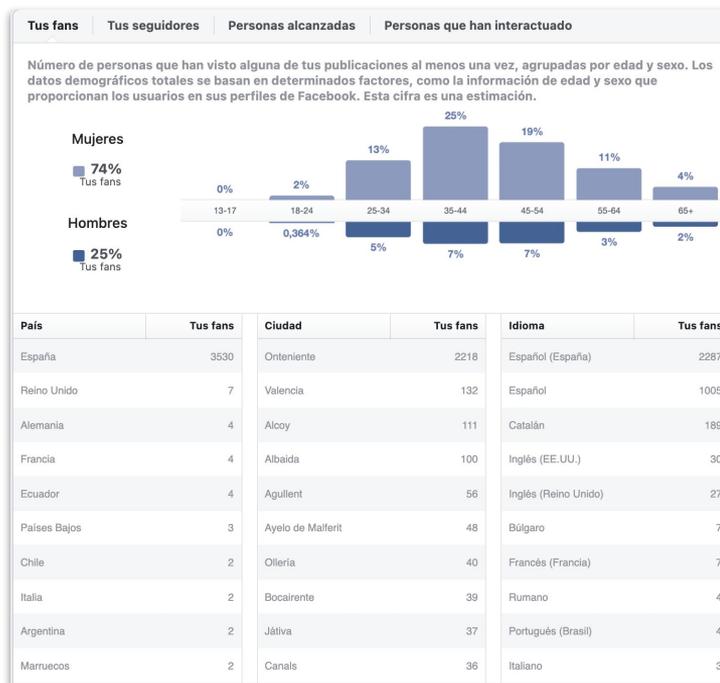
# Analizar qué estoy haciendo ahora



- ¿Qué aparece en Google cuando pongo el nombre de mi negocio? ¿Web, redes, noticias...?
- ¿Qué redes tengo y qué redes utilizo?
- Tipos de contenidos
- Número de publicaciones
- Horas de publicación
- Hashtags
- Stories

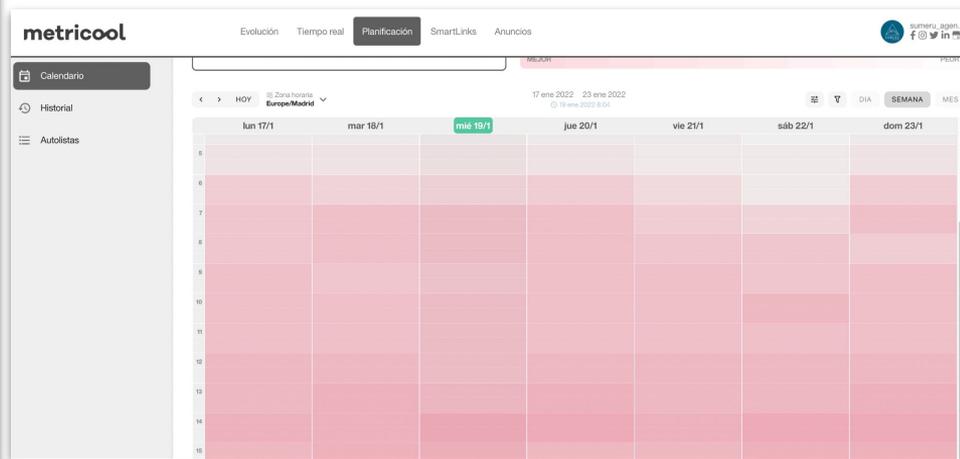
# ESTADÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES: Facebook, Instagram...

- Seguidores
- alcance
- desde dónde me siguen
- idioma
- por qué hashtag



# ESTADÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES

- mejores días, horas...



<http://mtr.cool/EPDALF>

# Analizar mi presencia y la de mi competencia

## PERFIL PERFECTO



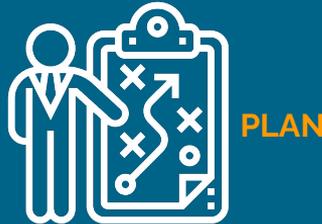
# Análisis digital



Plataforma	Presencia	Contenidos al mes	Seguidores	Alcance
WEB	<a href="https://sumeru.es/">https://sumeru.es/</a>	Blog: www.sumeru.es/blog	Sesiones	
Facebook	<a href="https://www.facebook.com/agencia.sumeru">https://www.facebook.com/agencia.sumeru</a>	12 al mes	2.345	1.756
Instagram	<a href="https://www.facebook.com/agencia.sumeru">https://www.facebook.com/agencia.sumeru</a>	12 al mes + 20 Stories	1.148	589
Whatsapp business	Si	No se envían		
Otras: LinkedIn			456	223
Acciones:	influencers en IG + sorteos	1 al mes		
Publicidad	No			
Google My Business	si	12 al mes	6 reseñas	

EJEMPLO

# 2- OBJETIVOS



# Enumera algunos:

- Qué me encuentren
- Qué sepan lo que hago
- Más clientes
- Que me recomienden
- Tener más seguidores
- Llegar a más gente
- Que me llamen al por teléfono



# OBJETIVOS

				
<b>S</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>R</b>	<b>T</b>
<i>Specific</i> <b>Específico</b>	<i>Mesurable</i> <b>Medible</b>	<i>Attainable</i> <b>Alcanzable</b>	<i>Relevant</i> <b>Relevante</b>	<i>Timely</i> <b>Tiempo</b>
Los objetivos deben ser detallados y concretos.	Un buen objetivo tiene que ser fácil de medir.	Los objetivos tienen que ser realistas para poder alcanzarlos.	Un buen objetivo es relevante para la empresa.	Los objetivos deben encontrarse en un marco de tiempo determinado.

# Objetivos: SMART

Específico, medible, alcanzable, realista-relevante, con tiempo de inicio y fin.



- Aumentar 50 seguidores en Facebook al mes
- Conseguir 2 contactos a la semana a través de RRSS
- 2 ventas por Instagram al mes
- Aumentar un 15% el Alcance en Facebook este trimestre
- Conseguir 2.000 visualizaciones en los vídeos de Tiktok
- Vender un nuevo servicio a través de las redes
- Que me pregunten por un producto a través de WhatsApp (al día)
- Alcanzar 150.000 visitas al blog en un año a través de redes

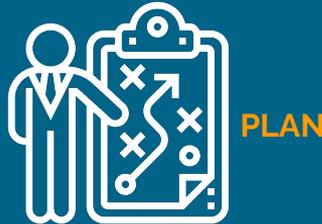
# Metodología propia: S.O.P.A.



Tabla para marcar objetivos SMART.

OBJETIVOS	AHORA	JUNIO
Aumentar un 3% las visitas a la página web desde redes	1.334	
Aumentar 100 seguidores en Facebook al mes	23	
Publicar 5 Stories a la semana en Instagram	1	
Aumentar un 5% el Alcance total de las publicaciones.	309.896	
Vender al menos 3 productos a través de Instagram	1	
Aumentar un 2% los comentarios en Google my business al mes	Media 7 comentarios al mes	
Captación de leads: 15 al mes	10	

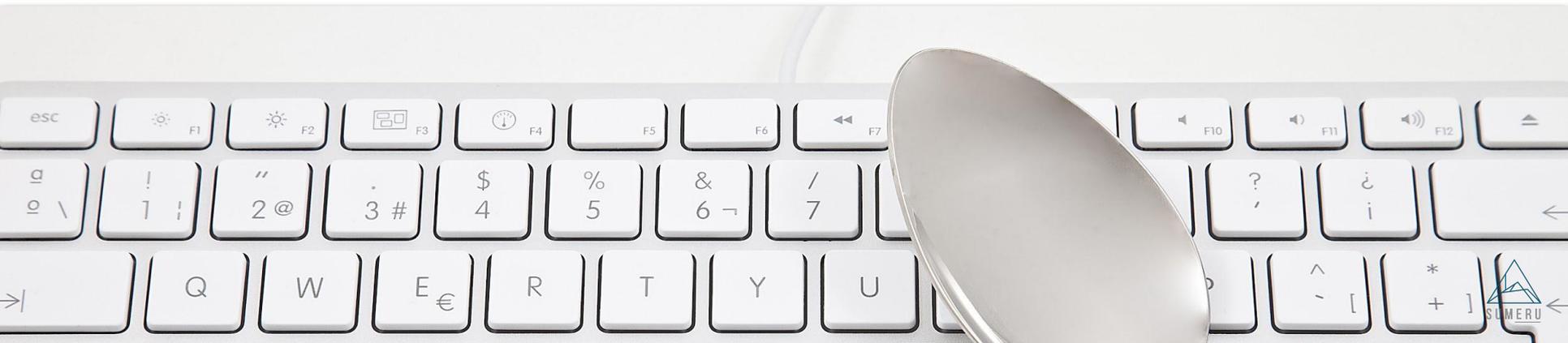
# 3- PLAN DE ACCIÓN



# Metodología propia: S.O.P.A.



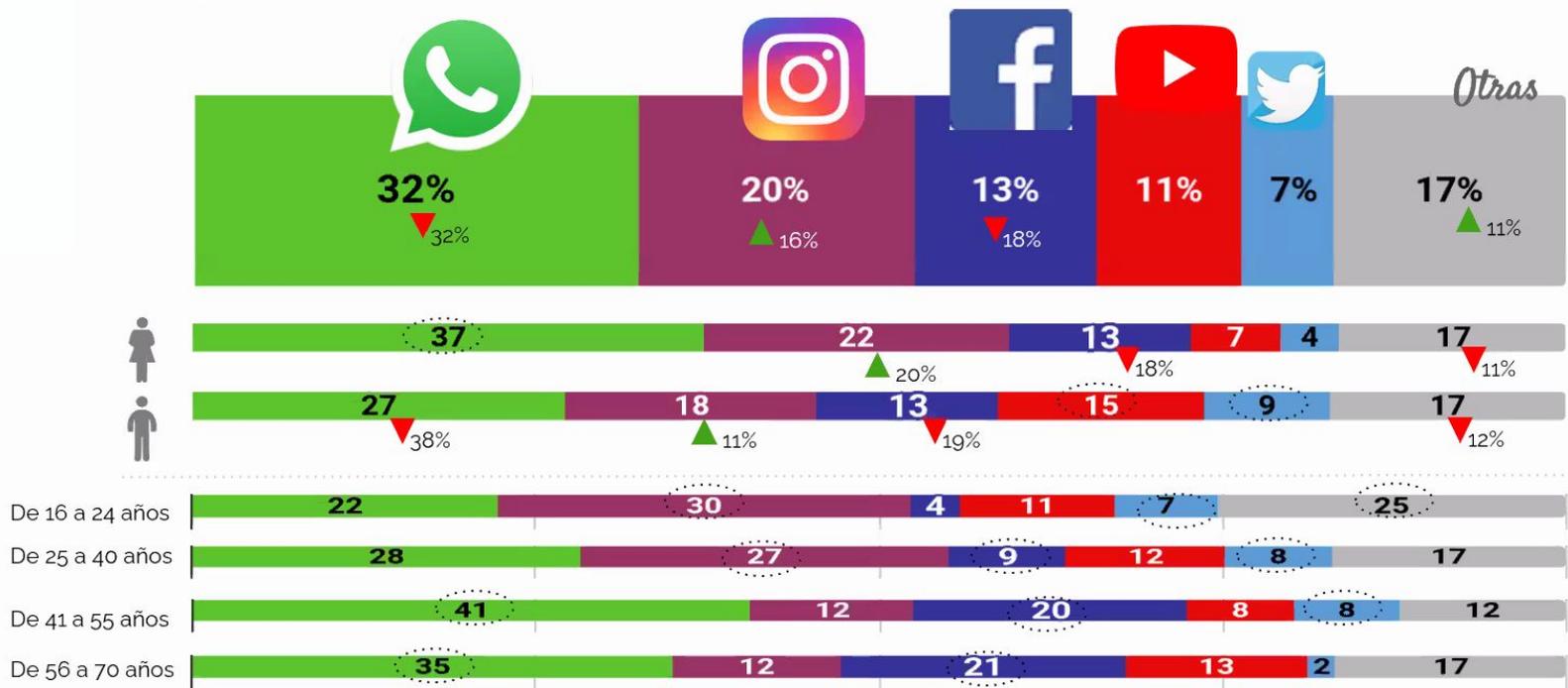
- Situación actual del cliente, el sector y la competencia.
- **Objetivos:** SMART
- **Plan de acción:** a quien nos dirigimos, por qué, cuándo y cómo.
- **Análisis e interpretación.** Medición de resultados.



# Red social Preferida

En España 27 millones de usuarios (entre 16 y 70 años) tenemos rrss

- **WhatsApp** sigue siendo la red **más preferida** desde 2017.
- **Instagram** consigue este año la **segunda posición** y Facebook sigue perdiendo adeptos (indistintamente del género) y tendencialmente entre 25-40 años.





# ¿A quién me dirijo? Público objetivo (Cliente, avatar, o *buyer persona*)

Identifica a 3 o 4 personas que representen a todos tus clientes y piensa cómo son, que les gusta, que redes utilizan...



## Buyer persona 3: Marina



EJEMPLO



Marina, 51 años



Elx



Es propietaria de una tienda de calzado. Tiene dos hijas estudiando en Valencia de 22 y 20 años. Divorciada con nueva pareja.

● ● ● ● ● WhatsApp

● ● ● ● ● Facebook

● ● ● ● ● Twitter

● ● ● ● ● Instagram

● ● ● ● ● YouTube

● ● ● ● ● Uso del ordenador

● ● ● ● ● Uso del móvil

● ● ● ● ● Pinterest.

Marina suele escaparse los fines de semana con su nueva pareja. Normalmente, viaja los sábados por la tarde o domingos todo el día porque algunos sábados por las mañanas tiene que ir a la tienda. Él es de Denia y les gusta conocer rincones de la CV. Está feliz y sus hijas son independientes.

### ¿Qué le motiva a contratar planes con nuestra empresa?

- Aunque siempre le ha gustado conocer los pueblos de alrededor, ahora tienes más ganas que nunca de viajar.
- El precio no es un impedimento para ella. Tanto ella como su pareja están muy bien económicamente.
- Ella tiene un negocio y le gusta apoyar a los negocios locales.

### Sus preocupaciones

- Que las actividades estén abarrotadas de gente.
- Medidas COVID. Sus padres son mayores y van con mucho cuidado
- Le preocupa que el dinero de la actividad no llegue al productor final y se quede por el camino en intermediarios.

### ¿Quién influye en sus decisiones de compra?

Sus amigas, las chicas de la tienda, sus hijas, Facebook, WhatsApp y su pareja.

# Ejemplo Ficha buyer persona



BIO

## ANA G. MARTINELI

Ana G. tiene 42 años, es mamá de dos niñas de 3 y 6 años. Actualmente trabaja como administrativa en una empresa familiar. Vive en Barcelona, es un piso pequeño por lo que el espacio de su casa es reducido...

### MOTIVACIONES

¿POR QUÉ LE INTERESAN MI PRODUCTO/SERVICIO?

- Por la calidad del material
- El servicio es inmediato
- Por las recomendaciones de otro

### RECHAZOS

¿POR QUÉ NO COMPRA MI PRODUCTO/SERVICIO?

- Porque no envió a domicilio
- Por el idioma
- Por el precio

¿QUIEN INFLUYE EN SUS COMPRAS?



USO DE REDES SOCIALES



¿CÓMO ES SU DÍA A DÍA?



# ¿Cuándo publico contenidos?

6:00 (6:00 AM) Horario verano del Pacífico =	15:00 (3:00 PM) España
6:30 (6:30 AM) Horario verano del Pacífico =	15:30 (3:30 PM) España
7:00 (7:00 AM) Horario verano del Pacífico =	16:00 (4:00 PM) España
7:30 (7:30 AM) Horario verano del Pacífico =	16:30 (4:30 PM) España
8:00 (8:00 AM) Horario verano del Pacífico =	17:00 (5:00 PM) España
8:30 (8:30 AM) Horario verano del Pacífico =	17:30 (5:30 PM) España
9:00 (9:00 AM) Horario verano del Pacífico =	18:00 (6:00 PM) España
9:30 (9:30 AM) Horario verano del Pacífico =	18:30 (6:30 PM) España
10:00 (10:00 AM) Horario verano del Pacífico =	19:00 (7:00 PM) España
10:30 (10:30 AM) Horario verano del Pacífico =	19:30 (7:30 PM) España
11:00 (11:00 AM) Horario verano del Pacífico =	20:00 (8:00 PM) España
11:30 (11:30 AM) Horario verano del Pacífico =	20:30 (8:30 PM) España
12:00 (12:00 PM) Horario verano del Pacífico =	21:00 (9:00 PM) España
12:30 (12:30 PM) Horario verano del Pacífico =	21:30 (9:30 PM) España
13:00 (1:00 PM) Horario verano del Pacífico =	22:00 (10:00 PM) España
13:30 (1:30 PM) Horario verano del Pacífico =	22:30 (10:30 PM) España
14:00 (2:00 PM) Horario verano del Pacífico =	23:00 (11:00 PM) España



# ¿Qué le cuento?



Temáticas, pilares de comunicación o territorios de marca

Gastronomía	Experiencias y Personas	Cultura y Patrimonio	Pueblos
Aceite/catas Vino/catas Restaurantes Panadería Experiencia figatell Productos de proximidad Kilómetro 0 Productos cultivados y sus derivados. Agroecología RSC	Experiencia 1 Experiencia 2 Carnisser del poble Panadera Experiencias de los visitantes Tradición Procesos Emprendedores RSC	Almassera Monumento Cultura del pueblo Fiestras. Ejemplo: fases luna Pedra en sec RSC	Cocentaina Balones Naturaleza de cada municipio Paisajes RSC

EJEMPLO

# ¿Cómo y cuándo?



MES:

**TEMAS**

 Tienda

 Productos

 Consejos

 Servicios

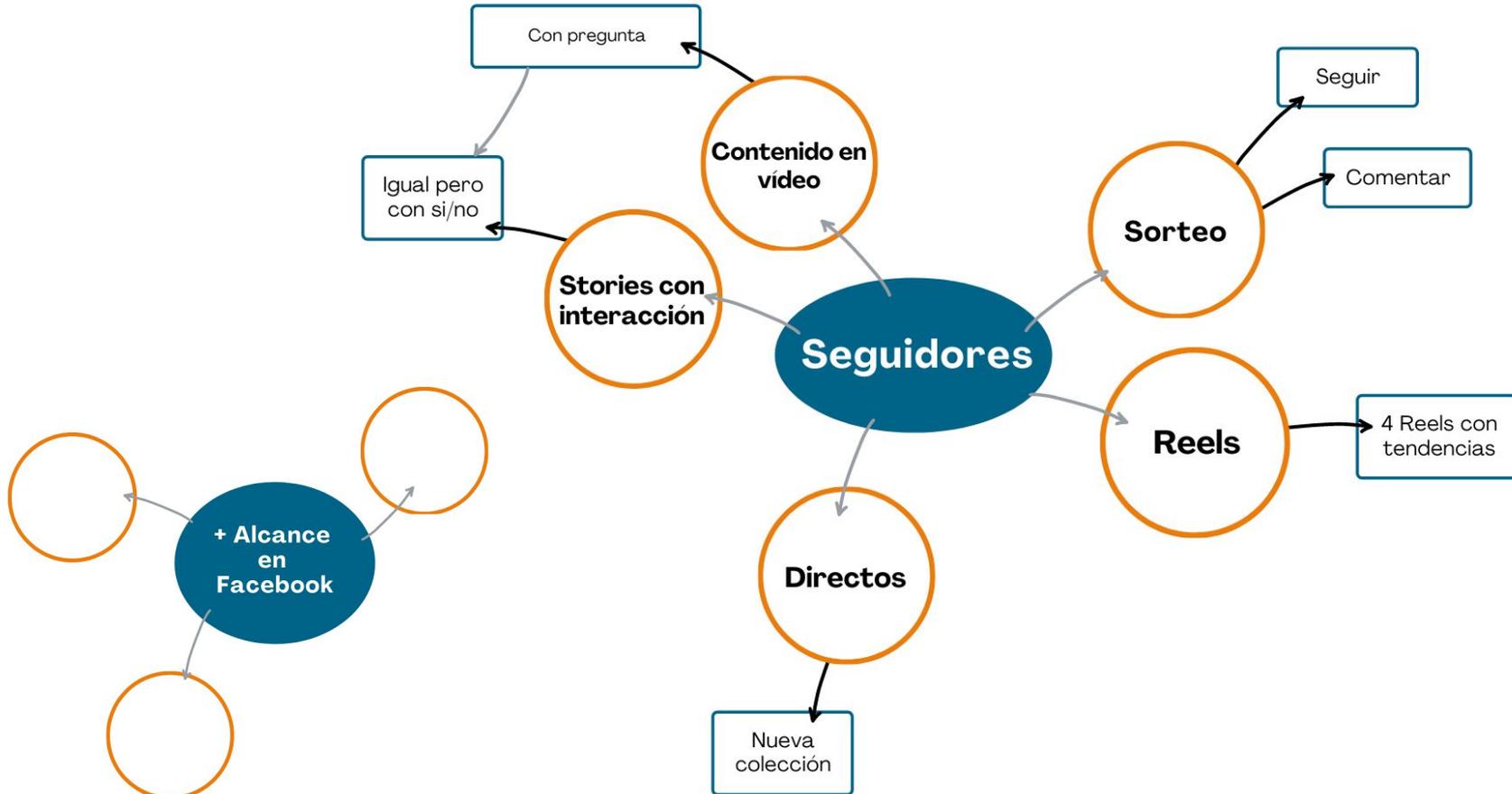
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
					1	2
3	4 	5	6 	7	8	9 
10	11 	12	13 	14	15	16
17	18 	19	20	21 	22	23
24	25	26 	27	28 	29	30
31 						

- Imagen
- Stories
- Reels
- Carrusel
- Gifs
- Videos
- Encuestas
- Enlace a la web
- Destacados
- Guía
- Entrevistas
- Directos

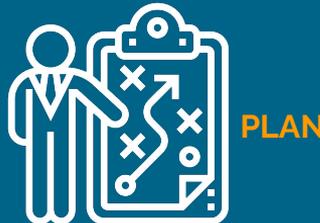
EJEMPLO

# Plan de acción para cada objetivo:

EJEMPLO  
CLIENTE

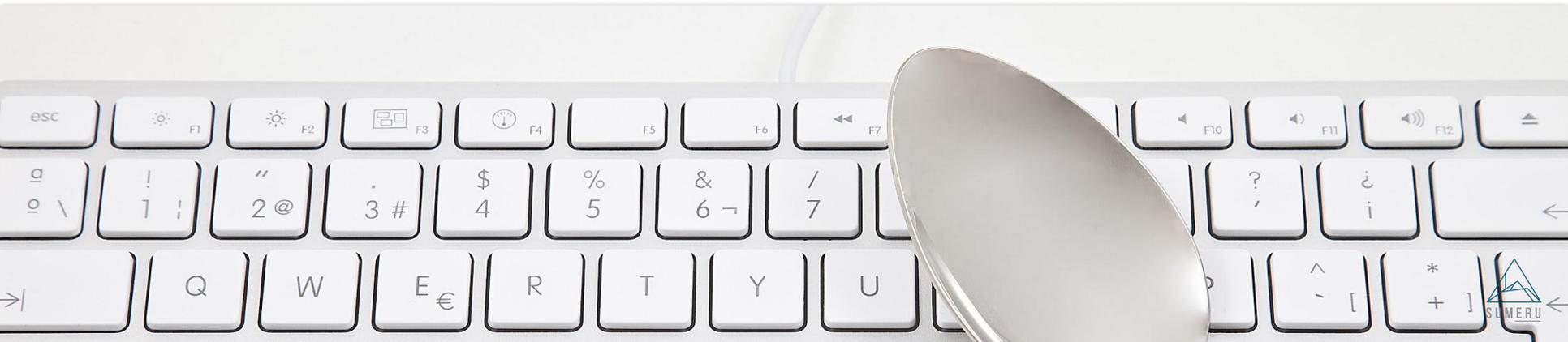


# 4- Analiza los resultados



# Metodología propia: S.O.P.A.

- Situación actual del cliente, el sector y la competencia.
- **Objetivos:** SMART
- **Plan estratégico:** a quien nos dirigimos, por qué, cuándo y cómo.
- **Análisis e interpretación.** Medición de resultados.



# Análisis mensual



## Todas las publicaciones realizadas

Alcance: orgánico/pagado  Clics en publicaciones  Reacciones, comentarios y veces

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción
19/01/2022 8:30	La Baye	📄	🌐	80	0 7
17/01/2022 13:18	¿Sab	📄	🌐	385	9 17
14/01/2022 8:30	Dime	📄	🌐	286	2 12
13/01/2022 12:12	Y desp	🔗	🌐	224	2 10
10/01/2022 17:18	Porq	📄	🌐	293	6 12
07/01/2022 9:01	¡REB AJAS	📄	🌐	257	1 7
05/01/2022 8:30	¡Qué	📄	🌐	254	1 9
03/01/2022 18:51	Freg	📄	🌐	804	30 28
31/12/2021 9:02	Por	📺	🌐	214	14 20
29/12/2021 14:19	¿Qué	📄	🌐	403	3 14
27/12/2021 17:31	Descubre	📄	🌐	429	4 18



## Detalles de la publicación

3 de enero

Fregonas, bayetas, estropajos, mopas, rollos... En el nuevo catálogo puedes conocer todos nuestros productos de limpieza, tanto para el hogar como para la limpieza profesional. Los tienes todos a un clic. Si tienes alguna duda ¡ponte en contacto con nuestro equipo! 😊 Estaremos encantados de asesorarte.  
<https://www.r.../catalogos/>

**Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido**  
Si promocionas esta publicación, se mostrará a más personas.

**804** Personas alcanzadas **58** Interacciones [Promocionar publicación](#)

Ramoni González Masa, Raul Mico y 5 personas más 3 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

## Rendimiento de tu publicación

**804** Personas alcanzadas

**28** Me gusta, comentarios y contenido compartido

**25** Me gusta **7** En la publicación **18** En el contenido compartido

**0** Comentarios **0** En la publicación **0** En el contenido compartido

**3** Veces compartido **3** En la publicación **0** En el contenido compartido

**30** Clics en publicaciones

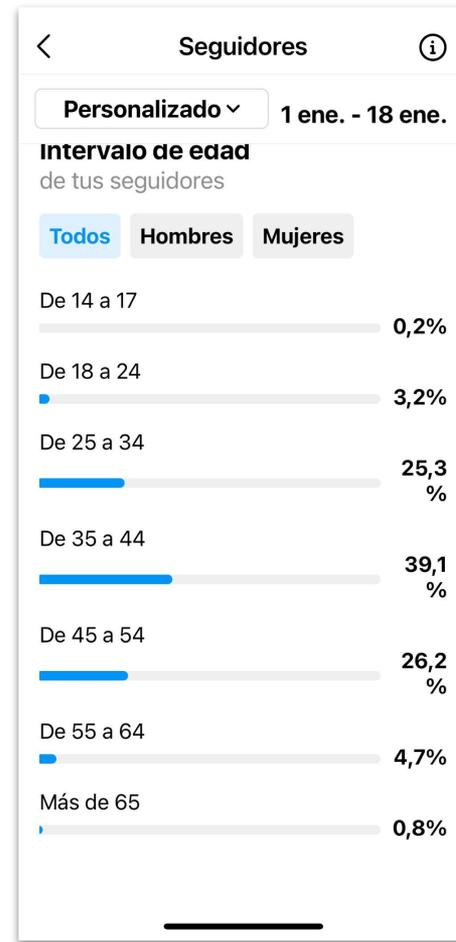
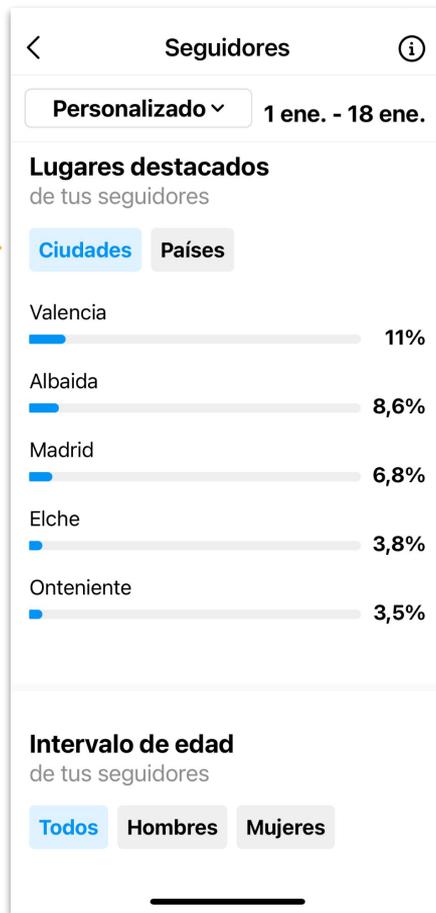
**3** Visualizaciones de fotos **12** Clics en el enlace **15** Otros clics

### COMENTARIOS NEGATIVOS

**0** Ocultar publicación **0** Ocultar todas las publicaciones  
**0** Denunciar como spam **0** Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

# Análisis mensual



# Análisis mensual



# Análisis mensual



<http://mtr.cool/EPDALF>

# Herramientas

# Herramientas para el día a día



**Organización:** Asana, Trello, Drive, Focus To do

**Análisis:** Metricool, Hypeauditor, Semrush, Similarweb, Metahashtags



**Anuncios:** <https://www.facebook.com/ads/library>

# Herramientas para el día a día



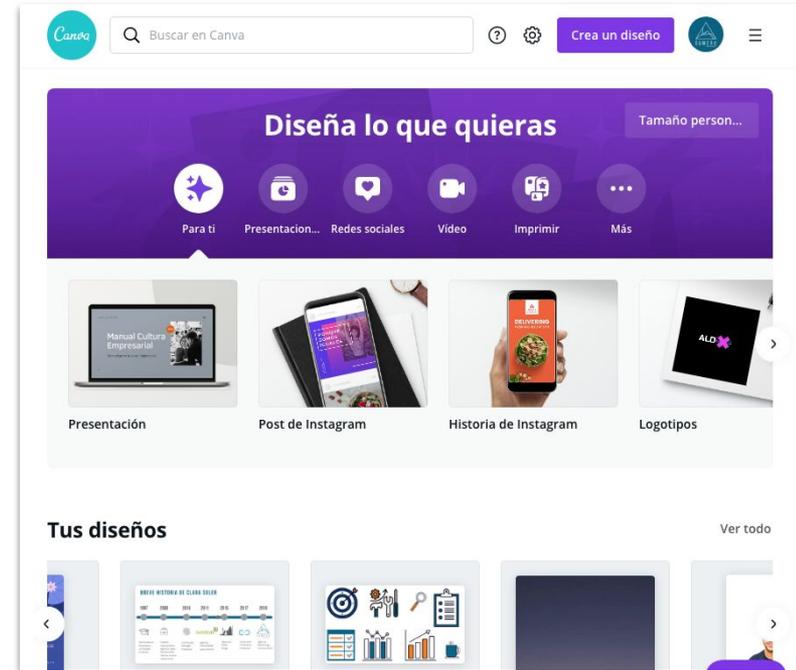
**Creación:** Canva, Mojo, Crello

**Banco imágenes:** pexels, pixabay,

**Aprendizaje continuo:**

marketing, redes, contenidos, copys,

Vilma Nuñez, Maider Tomasena, etc



# Herramientas para el día a día



## Creador de títulos:

<https://digitalcontent.pro/>

<https://answerthepublic.com/>

<https://mastitulares.conviertemas.com/>

A screenshot of a website interface for 'M.A.S TITULARES'. The background is a solid blue color. In the top left corner, there is a quote icon followed by the text 'M.A.S TITULARES by Convierte Más'. In the top right corner, it says 'Divide y Multiplica'. The main heading in the center is 'Genera miles de ideas para tu próximo contenido' in a large, white, sans-serif font. Below this, a subtitle reads 'Ingresa una palabra y mira cómo ocurre la magia'. At the bottom, there is a white rectangular input area containing a text box with the placeholder 'Ingresa una palabra clave' and a blue button labeled 'Generar ideas'. Below the input area, a small line of text says 'Utiliza temáticas, técnicas y herramientas, ej: Facebook o Marketing digital'. In the bottom right corner of the screenshot, there is a small logo for 'SUMERU'.



# iGracias!

@clara\_soler



**Agencia SUMERU:** Carrer Del Real 22,  
46860 Albaida, Valencia, Spain



(+34) 616 01 89 54



[hola@sumeru.es](mailto:hola@sumeru.es) // [www.sumeru.es](http://www.sumeru.es)