



Ya comienza el webinar...

¿Cómo desarrollar una campaña exitosa de social media?



Luciana Sario
Socialmetrix

@lucianasario
lsario@socialmetrix.com

socialmetrix



¿Cómo desarrollar una campaña exitosa de social media?

Parte I
Crear un Social Media Plan

Parte II
Seleccionar las mejores tácticas
Respondiendo las 5 preguntas clave

Parte III
Medir la campaña
Analizando y monitoreando la performance

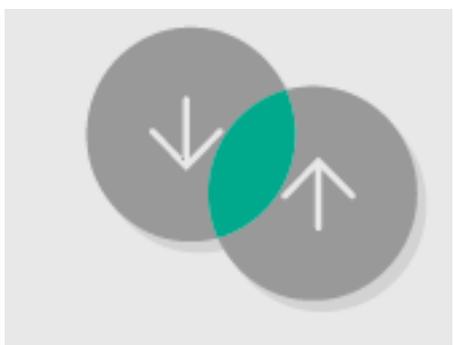


Parte I | Crear un Social Media Plan



1

Mirar de manera integral a la estrategia de Social Media



2

Alinear los objetivos de la campaña con la estrategia de Social Media

Parte I | Crear un Social Media Plan



3 Definir las metas



4 Crear un plan para la campaña



¿Cómo desarrollar una campaña exitosa de social media?

Parte I
Crear un Social Media Plan

Parte II
Seleccionar las mejores tácticas
Respondiendo las 5 preguntas clave

Parte III
Medir la campaña
Analizando y monitoreando la performance



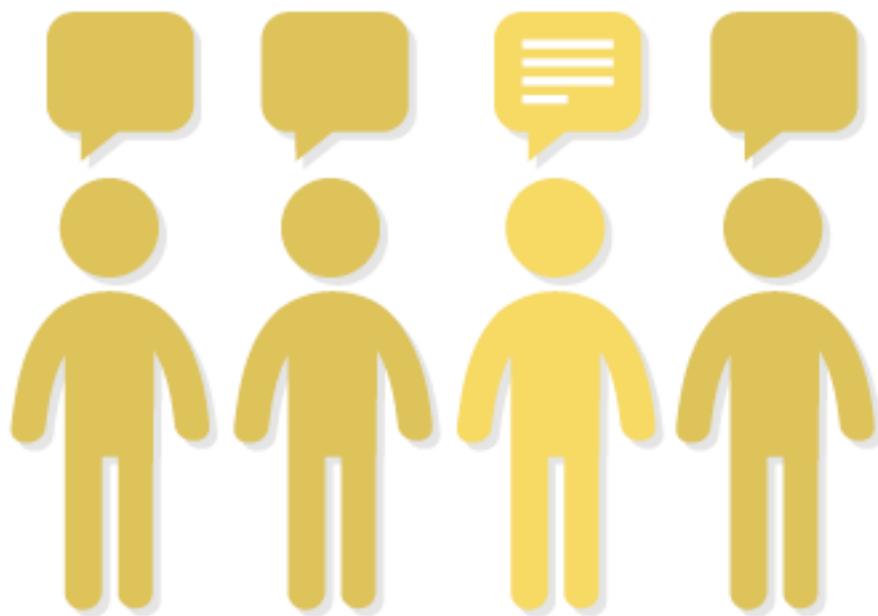
¿Cómo desarrollar una campaña exitosa de social media?

Parte II | Seleccionar las mejores tácticas Respondiendo las 5 Preguntas Clave



¿Cómo desarrollar una campaña exitosa de social media?

1. QUIEN es tu audiencia objetivo?



Crear un **Set de Marketing Personas** para el segmento al cual queremos llegar:

- Punto de vista de la audiencia y sus actividades
- Sus intereses y prioridades

Consideramos Influenciadores, nuestros consumidores y nuestros prospectos.

¿Cómo desarrollar una campaña exitosa de social media?

2. CUALES tópicos le interesan a tu audiencia?



Saber que tópicos le interesan a tu audiencia te permite:

Alcanzar a la **AUDIENCIA CORRECTA**



Con la **INFORMACION CORRECTA**

2. CUALES tópicos le interesan a tu audiencia?



De qué están hablando?

Conocer el contexto de las conversaciones

Cómo hablan?
 Qué los entretiene?
 Qué los hace reír?
 Qué chistes les gusta compartir?
 Qué sentido del humor tienen?

Conocer el comportamiento social

Les gusta compartir el contenido?
 Lo esconden al contenido?
 Son generadores de contenido?

Detectar un fenómeno de las redes sociales

Seleccionar eficientemente y monitorear palabras clave relacionadas con la marca

TENDENCIAS EMERGENTES

- • Crear Contenido Relevante
- • Desarrollar relaciones duraderas
- • Generar mas buzz



Desarrollar mejores campañas



Con el TONO y SENTIDO DEL HUMOR que capte su ATENCION y los lleve a PARTICIPAR

¿Cómo desarrollar una campaña exitosa de social media?

2. CUALES tópicos le interesan a tu audiencia?



Detectar un fenómeno de las redes sociales

#Toddyrectioners

Los **comunitary managers** de **Toddy** ayudaron a las Fans a romper el record de **vistas únicas** en Vivo en un día para el lanzamiento del **nuevo álbum de One Direction**



16.000 nuevos seguidores en un día
85.024 retweets en un día



22.000 nuevos amigos en dos días
21.800 comentarios a nuestros posteos en dos días
91.000 likes y **15.440 compartidos**



Fue la primer marca Argentina en alcanzar un **trending topic global** de manera orgánica

2. CUALES tópicos le interesan a tu audiencia?



Share of Topic – SOT / Promesa de Marca

Ranking	Marca 1		Marca 2		Marca 3		Marca 4		Marca 5
	Feb	Mar- May	Mar- May						
1°	Flavor	Advertising	Flavor	Advertising	Flavor	Flavor	Advertising	Advertising	Healthy
2°	Packaging	Flavor	Healthy	Flavor	Healthy	Packaging	Flavor	Packaging	Flavor
3°	Prices	Healthy	Advertising	Healthy	Advertising	Smell	Calories	Flavor	Components*
4°	Advertising	Packaging	Prices	Components*	Prices	Enquires	Prices	Enquiries	Promotions
5°	Healthy	Complaints	Calories	Prices	Calories	Advertising	Packaging	Components*	Packaging
TOTAL	206	22.375	117	1.081	117	983	139	807	124

3. DONDE postear la campaña?



Donde uno postea la campaña puede determinar cuanto el contenido de la misma es compartido.

Colocar el contenido frente a las **PERSONAS CORRECTAS**



Genera **CONVERSACIONES** sobre nuestra marca

- Realizar un seguimiento de los **sitios que tienen mayor influencia**
- Identificar las **personas que son influyentes**
- Entender qué **sitios generan mayor Buzz**

3. DONDE postear la campaña?



Como seleccionar las redes sociales donde focalizarse:

- Audiencia Objetivo → Nuestro punto de partida
- Objetivos Definidos → Interacción sostenida > Gaming > Facebook
- Formato del Contenido → Espíritu didáctico > Videos Instructivos > You Tube

Estrategia Cross Channel

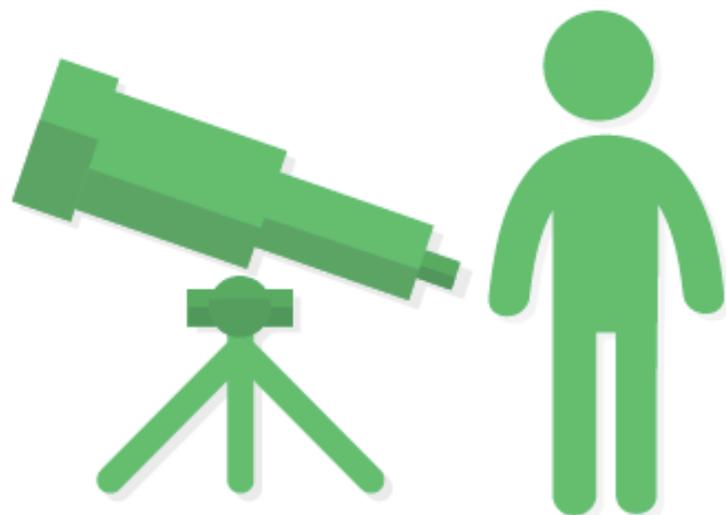
Investigar e Innovar

3. DONDE postear la campaña?



- Publicidad ocupó el 3er lugar de los trending topics
- El 38.5% de los comentarios hablaban sobre la publicidad.
- Las publicidades de Nike fueron posteadas en YouTube, que representaba el 1% de las interacciones

4. QUE están haciendo tus competidores?



Competidores
x MARCA

Competidores
x AUDIENCIA



FUENTES DE INFORMACION
para identificar



- Hot Topics
- Influenciadores
- Sitios de la Industria
- Redes Sociales - Canales

4. QUE están haciendo tus competidores?

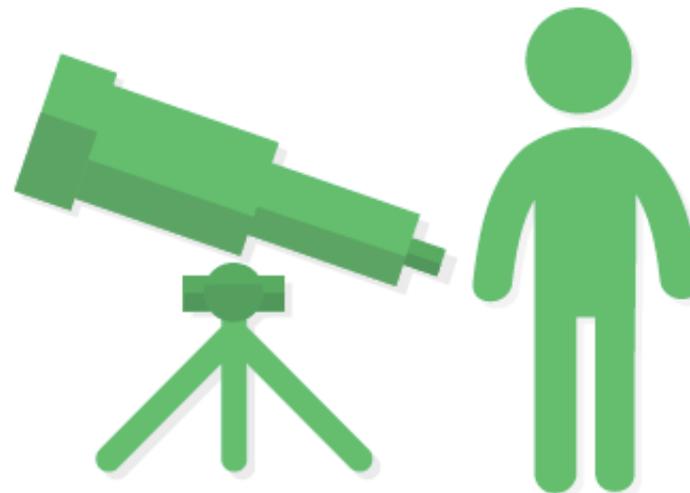
Monitorear a la **COMPETENCIA**

- Cómo le hablan a su audiencia
- Qué tipo de conversaciones entablan
- Qué tipo de sentido del humor utilizan
- Analizar el tono en el cual le hablan



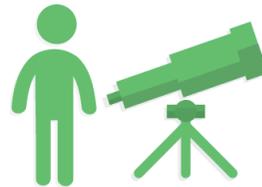
Mirar **VENTAJAS** y **DESVENTAJAS**

Aprender como **NO** dirigirse a cierto publico



4. QUE están haciendo tus competidores?

Marca o Producto:
Galletitas



Miran a:

Audiencia Objetivo:
Mujeres de 30 años

Dove

Insight: Comunicar sin caer en los estereotipos



Ohlala

Insight: Cuidado con los mensajes que se transmiten sobre una mujer de 30 años



5. QUE siente tu audiencia por tu campaña?



- Les gusta?
- No les gusta?
- Están haciendo comentarios?
- Los comentarios negativos son contra la campaña
- La estan compartiendo?
- Estan repondiendo de la forma que planeamos?

AJUSTES
Qué necesito mejorar?



¿Cómo desarrollar una campaña exitosa de social media?

Parte I
Crear un Social Media Plan

Parte II
Seleccionar las mejores tácticas
Respondiendo las 5 preguntas clave

Parte III
Medir la campaña
Analizando y monitoreando la performance



Parte III | MEDIR LA CAMPAÑA Analizando y Monitoreando la Performance

Cómo analizaremos la información?

- 1ro** > Repasar los **objetivos** que definimos en la Parte I
- 2do** > Seleccionar las mejores **metricas** que nos ayuden a analizar el éxito o fracaso de la campaña



- Alcanzamos nuestras metas?
- Cuales fueron los principales factores que contribuyeron?
- En que momento de la campaña tuvo un pico o un drop-off?



Social Media Listening

Que funciona y que no funciona en nuestra campaña



1.

Mirar y analizar la
Información



2.

Generar insights



3.

Hacer las
correcciones
necesarias



4.

Mejorar la
efectividad



Social Media Listening

Qué funciona y qué no funciona en nuestra campaña?

La mayoría de los **comentarios fueron negativos** pero podemos decir que la campaña fue negativa?

Qué **puntos se criticaron** de la campaña?

Logramos generar el **buzz que deseabamos**?

Logramos los **objetivos** de la campaña?

El producto siguió recibiendo **menciones positivas**?

Afecto a la lealtad que se tenía hacia el producto?



<http://www.socialmetrix.com/#resources>

Resources

This is our stream of information from our social platforms, press releases and some interesting things we found newsworthy to share. Enjoy!

How to Create a Successful Social Media Campaign

Answering the 5 Key Social Media Questions

- This document helps you to analyze all the amount of data you can get by listening to your audience. It helps you build your campaigns' messages, content and conversations around the insights you are able to get.
- Build a successful social media campaign requires a good deal of involvement, this document gives you the tools and steps to create a social media campaign that works.
- Learn to create a compelling social media campaign that prospects will want to engage and share.



Download the Report and start building successful social media campaigns



Download Report

Enter your email



Preguntas?

Muchas gracias!



Luciana Sario

Socialmetrix
@lucianasario /
lsario@socialmetrix.com