



## Plan de comunicación online y redes sociales

## \* Ideas fundamentales

---

2 ideas:

Los mercados son **conversaciones**  
En busca del **Engagement**

# Estructura de 1ª sesión

---

1. Cambios en el paradigma de comunicación
2. Concepto 2.0
3. Mapa 2.0
4. Social media plan
5. La figura del community manager o social media strategy
6. Redes sociales: ¿qué son? ¿cómo se clasifican?, ¿cómo gestionarlas?...
7. Twitter

# 1. Cambio en el paradigma de comunicación

---

Estamos en un nuevo entorno:

- **Tecnologías**

- Cambios en el **mercado**, nuevos modelos de negocio

- Nuevo **consumidor** (prosumer/webactor 2006) > Nuevo modelo de comunicación *“que ha pasado de ser un mero receptor de información a participar activamente en los contenidos creándolos, consumiéndolos o distribuyéndolos”*

**No es la tecnología es el cambio social**



# 1. El nuevo paradigma de la comunicación

---

- más participativa: diálogo
- interpersonal:
- global (sin barreras)
- operativa (dirigida a la acción)
- para todo el mundo
- en tiempo real

Hoy el éxito de una entidad depende menos del esfuerzo publicitario y más del enfoque integral de la comunicación estratégica

# 1. Cambio en el paradigma de comunicación

---

¿Alguien recuerda cuál fue la primera web que visitó o su primera experiencia con la web?

# 1. Cambio en el paradigma de comunicación

---

1991 Nace la web

1992 Mosaic de Netscape (primer navegador comercial)

1994 Nace Yahoo!

1995 Ebay y Amazon / Se posiciona Microsoft con Explorer

1996 Primer ranking de audiencia / se extiende webmail...

1997 "RSS" / Dominios .com / Blogs

1998 Boom de las compañías en internet. Yahoo! sale a bolsa. Consolidación del comercio electrónico (USA)

1999 Napster P2P "intercambio de canciones" / My Space / Google se consolida

2000 Crisis de las .com

2001 Wikipedia

2002 Creative Commons

2003 iTunes / comienzan las redes sociales

...

# 1. Cambio en el paradigma de comunicación





## 2. El concepto 2.0

---

Tim O'Reilly Acuña el término 2.0 en 2004

### **Web de segunda generación:**

- sustentada en base de datos
- contenidos modificables por el usuario de forma sencilla

### **Filosofía**

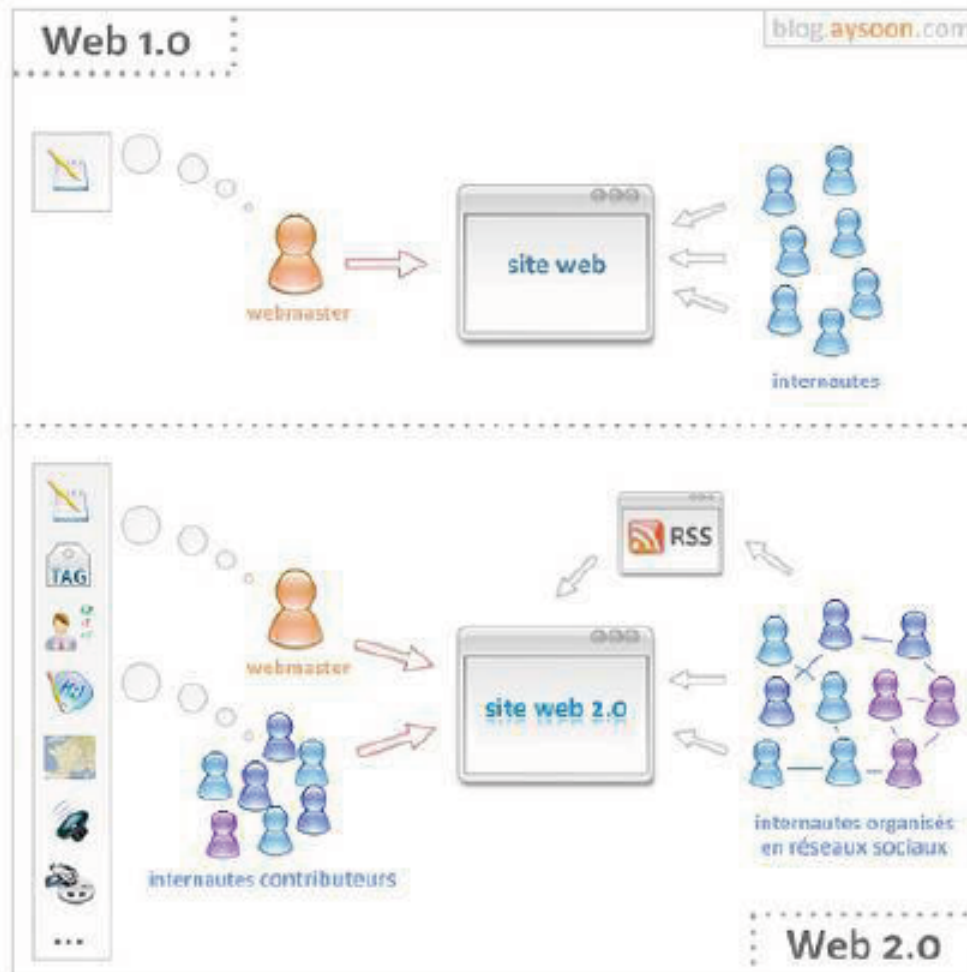
Compartir, comunicar, conversar, cooperar

Es una actitud > no una tecnología



## 2. El concepto 2.0


---



## 2. El concepto 2.0

---

### **7 principios de la web 2.0**

1. la World Wide Web como plataforma de trabajo
  2. el fortalecimiento de la inteligencia colectiva
  3. la gestión de las bases de datos como competencia básica
  4. el fin del ciclo de actualizaciones de versiones del software
  5. los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de simplicidad
  6. el software no limitado a un solo dispositivo: multiplataforma
  7. las experiencias enriquecedoras de los usuarios
- 

## 2. El concepto 2.0

---

### **El concepto 2.0 está obsoleto**

- FICOD 2011

«Creo que la idea está obsoleta. Esa expresión fue propia de otro momento en el que se intentaba promover la idea de la web, los fallos de la era punto com, y creo que ha sido un éxito y ha creado mucho entusiasmo, pero lamentablemente ha envejecido», ha sostenido.

Tim O'Reilly define una realidad tecnológica en la que se imponen la **movilidad** y la **computación en la nube**.



## 2. El concepto 2.0

---

### **Manifiesto ClueTrain ('99)**

#### **95 tesis**

1. Los mercados son conversaciones
2. Los mercados están compuestos por seres humanos, no por sectores demográficos
11. Las personas que participan en los mercados interconectados han descubierto que pueden obtener mucha mejor información y soporte entre ellas mismas que de los vendedores
74. Somos inmunes a la publicidad. Olvídala
78. ¿Quieres que te compremos productos? Nosotros queremos que nos prestes atención.
95. Estamos despertando y conectándonos. Estamos observando. Pero no estamos esperando.

## 3. El mapa 2.0

---

Internet, la fuente de información universal, democratiza la visibilidad

**Servicios más comunes de la red:** HTTPs (web), IRC (conversaciones en línea), FTP (transmisión de archivos), SMTP (correo electrónico), VoIP (telefonía), IPTV (televisión), mensajería instantánea...

Internet **global**, internet **invisible** e internet **oscura**

























## 3. El mapa 2.0

---

En resumen ¿qué servicios hay en la red?

- Webs (URLs)
  - Blogs
  - Foros
  - Chats
  - BBDD
  - Documentación
  - Redes sociales
- 





















## Expressing

Publication					Discussion			
								
								
								
Blog	Wiki	Microblog	News	Livestream	Forum	IM	Comment	3D

### Aggregation













## Networking

Search	Niche	BtoB	Mobile	Tools
				
				
				
				

## Social Platforms

## Content

				
				
				
Video	Photo	Music	Links	Doc.



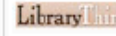

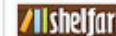



## Social Games

## Casual Games

## Product

		
		
		
Recommend	Suggestions	Share

## Place

		
		
		
		
Addresses	Events	Trip

## Casual MMO

## MOG

## MMORPG

## Sharing

## Gaming



## 4. El social media plan

---

### **La red una herramienta para acercar la marca a los clientes**

- El 40% de empresas españolas no tiene una estrategia digital, navegan a ciegas
- La estrategia digital será social, o no será. Albert García Pujadas

**SMO (Social Media Optimization)** estrategia para promocionarnos a través de las redes sociales



## 4. El social media plan

---

La apuesta social ha de ser una cuestión principal y no acciones aisladas sin objetivos claros

## 4. El social media plan

---

Estructura:

1. ¿Por qué? ¿Cuáles son nuestros objetivos?
2. ¿Dónde está nuestro público?
3. ¿Cuál es tu mensaje?
4. ¿Y tu estrategia?
5. ¿Qué recursos vas a emplear? ¿Cuál va a ser tu tono?
6. ¿Cómo vamos a reaccionar ante miedos? Control

## 4. El social media plan

---

### 1. ¿Cuál es nuestro objetivo con la presencia en redes sociales?

- Incrementar la presencia de nuestra marca en internet.
- Incrementar el reconocimiento de marca.
- Mejorar el posicionamiento de marca.
- Generar tráfico a la web corporativa o la tienda on-line.
- Dar visibilidad a nuevos productos y campañas.
- Conversar e interactuar con nuestros usuarios.
- Mejorar el servicio de atención al cliente.
- Fomentar la fidelización.
- Rebajar coste de atención al cliente
- ...

## 4. El social media plan

---

### 2. Define tu público objetivo

- ¿Quiénes son?
- ¿Dónde están?
- ¿Cómo hablan?
- ¿Qué esperan de ti?
- ¿Quiénes son influyentes?
- ...

Segmentar > nicho



## 4. El social media plan

---

### 3. ¿Cuál es tu mensaje?

- ¿Cómo vas a gestionar tu presencia en la red?
- ¿Qué quieres que vea tu público cuando te haya encontrado?
- ¿De qué vas a hablar con tus clientes?
- ¿Qué mensajes les vas a hacer llegar?
- ¿Cuál va a ser tu tono?
- ¿Cuáles son tus palabras clave (etiquetas)?

## 4. El social media plan

---

### 4. ¿Cuál será tu estrategia?

¿Cuáles van a ser las herramientas que vas a utilizar? y ¿qué acciones en cada una de ellas?

#### **Buzz Marketing**

- Creación de blog
- Creación de perfiles en redes sociales ¿cuáles?
- Activación de cuentas en agregadores
- Publicidad en la red: publicidad en buscadores, blogs, medios y/o redes sociales.

## 4. El social media plan

---

# 5. Gestiona tu presencia en la red

- Banners
- SEO y SEM
- Emerging Media (redes sociales, blogs, etc.)
- Podcasts
- Configuradores de producto
- Marketing viral
- Emailing y rss (push vs pull)
- Advergame
- Móviles
- ...



## 4. El social media plan

---

### 6. Control. ¿Qué puedes medir? Monitoriza relaciones / reputación online

- Atención: tráfico, tiempo en la web, usuarios únicos, usuarios recurrentes...
- Participación: comentarios en los blogs, vistas en You Tube, “me gusta” en Facebook...
- Autoridad: citas a nuestra marca, menciones, links entrantes...
- Influencia: seguidores, suscriptores por mail, sindicación de feeds, fans en Facebook, followers en Twitter...

## 4. El social media plan

---

Branding



Notoriedad



Engagement



Ventas

## 4. El social media plan

---

### Algunas pautas

- Sé un buen conversador, ayuda a construir relaciones, sé amable, detrás de las redes sociales hay personas
- Experimenta con Flickr o You Tube para construir impacto en eventos específicos
- Empieza a utilizar los social bookmarks
- Utiliza mecanismos de votación de noticias para decirle a tus clientes lo que es importante para ellos
- Diseña un proyecto integrado y empieza haciendo un blog
- Acude a jornadas y formación, busca el apoyo de e intercambio de ideas con otras personas. Considera el valor de contratar a un community manager?
- Adapta el tono,
- 80%cosas que interesan-20%sobre ti
- Utiliza herramientas que te faciliten y te ayuden tanto para las relaciones externas como las internas.
- Que no te asuste el cometer un error, estate preparado para disculparte, admite cuando has cometido un error.

## 4. El social media plan

---

### ¿Cómo conseguir fans, seguidores...?

- Story telling
  - Publicidad
  - Relaciones publicas
  - Soportes
  - Integración en la web/blog...
- 
- Las 4 C's: Contenido, Contexto, Conexión y Comunidad.

# 4. El social media plan

## Taxi oviedo

- Web
- Twitter
- Foursquare
- Tumblr
- Flickr
- Facebook
- Blogger
- You Tube...

**Taxioviedo r.**  
Me pagan por viajar. En el camino de ser el taxista más feliz del mundo  
Oviedo, Spain  
6,779 Check-ins

**ME GUSTA TAXIOVIE...**

Badges (141) See All

43.257 TWEETS 3.417 SIGUIENDO

**Tips** Ver los 134 tips

**Centro Comercial Modoo** Oviedo, Asturias · Septiembre 28, 2010  
El palacio tiene capacidad para 2100 personas sentadas. Se inaugurara en Mayo 2011

**Plaza de la Escam**  
El nombre viene al para hacer pan, qu

**T**

Oviedo: 615980000 • [contacta@taxioviedo.com](mailto:contacta@taxioviedo.com) Reservar Taxi OnLine

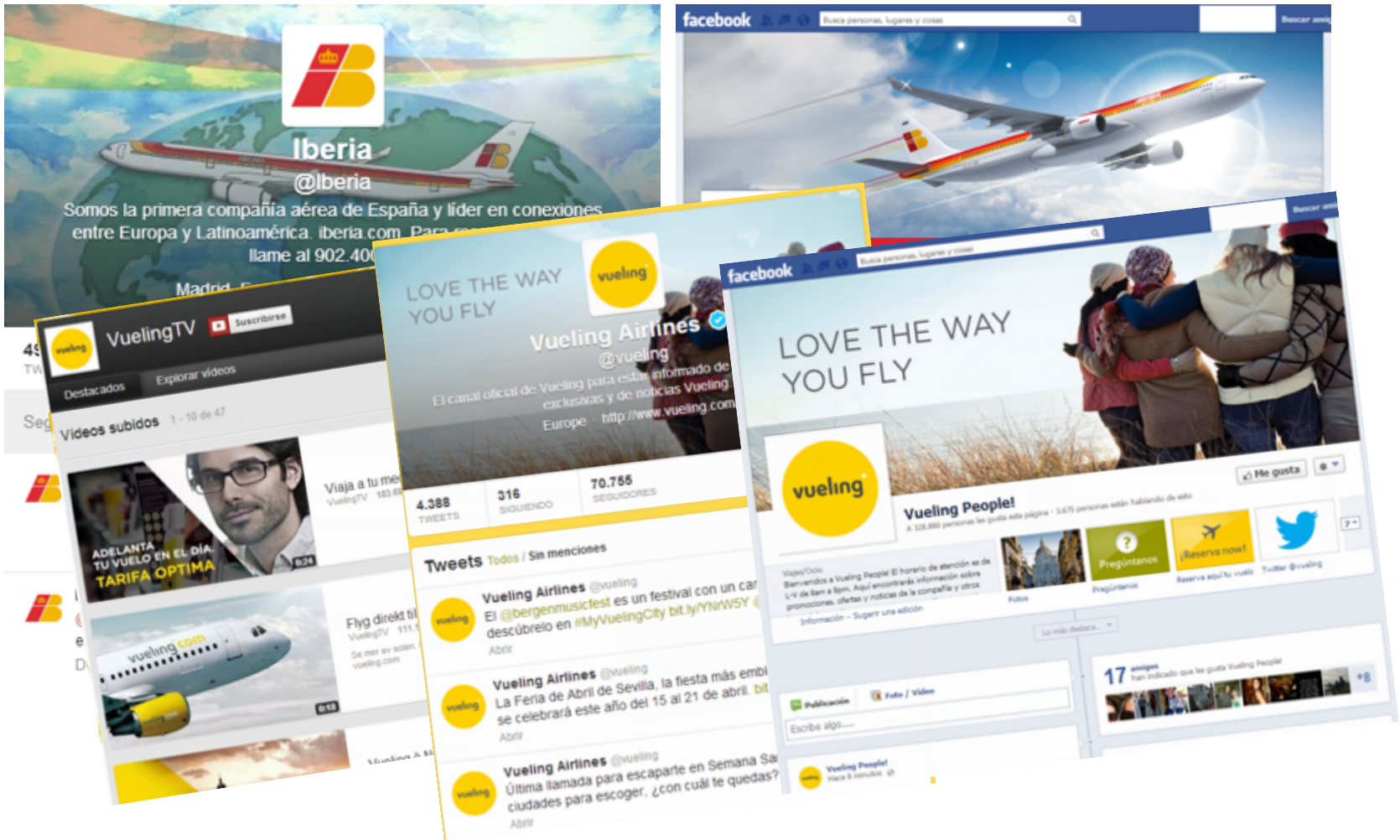
formspring Flickr facebook instagr Blogger Youtube Mapa Web

**foursquare** SPECIAL HERE

Seat Altea XL

foursquare II quién es quién en Foursquare

# 4. El social media plan



# 4. El social media plan

## Campus do Mar

Web 2.0

Facebook

Linkedin

Twitter

Tuenti

Vimeo

You Tube

Wikipedia

Blogs

The image shows a screenshot of the Campus do Mar website. At the top left is the logo: a blue star with the text "CAMPUS DO MAR" and "KNOWLEDGE IN DEPTH" below it. To the right of the logo is a navigation menu with the following items: INICIO, O PROXECTO, AGRUPACIÓN, CIFRAS, ARQUITECTURA E URBANISMO, BOLSAS, ACTUALIDADE, DOCUMENTACIÓN, MEDIATECA, CAMPUSMAR LIFE, CAMPUS CIENTÍFICOS DE VERANO BLOG, ACCESIBILIDADE, CONTACTO, RSS. Further right are social media icons for Facebook and Twitter, and a language selector for GAL, ESP, and ENG. Below the navigation is a large banner image of a white research vessel on the ocean. The text on the banner reads "A CONOCER EL MAR" and "ES INVESTIGACIÓN EN PROFUNDIDAD". Below the banner is a news article titled "35 BOLSAS PARA UNIVERSIDADES GALEGO" with a sub-headline "Campus do Mar convoca 35 realizar másteres nas 3 univ Sistema Universitario Galego (Universidades de Vigo, Sa Compostela e A Coruña), p Campus de Excelencia Inte". A circular social media plan overlay is positioned in the bottom right corner of the screenshot. It features a central white circle with the Campus do Mar logo and the text "EU CAMPUS DO MAR". Surrounding this central circle are various social media icons: Facebook, Tuenti, Twitter, YouTube, LinkedIn, and Wikipedia. Two boxes labeled "PRESCRIPTORES ONLINE" and "BLOGS PORTALES" are also connected to the central circle.

# 4. El social media plan

## Sombrerería Albiñana

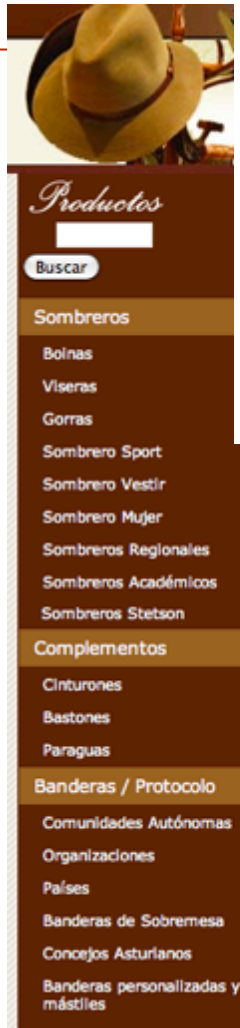
Tienda on-line

Blog

Facebook

Flickr

Twitter





# 4. El social media plan

Paco&Lola

Web

Blog

Facebook

Twitter

Flickr

Delicious

The image shows a composite of digital content for 'Paco & Lola'. At the top is the website header with navigation links: HOME, PACO & LOLA WEBSITE, and ESPAÑOL. Below this is a banner with stylized illustrations of a woman's face, a polka-dot pattern, and wine glasses, with the text 'PACO & LOLA' and 'EL BLOG DEL ALBARIÑO PACO & LOLA'. A search bar is visible on the right. Below the banner is a 'BIENVENIDOS / WELCOME' section with text in Spanish and English describing the brand as 'Fresco, alegre, estiloso, delicioso' and 'Fresh, fun, stylish and delicious'. Below this is a Flickr photostream for 'Paco & Lola's photostream'. It features several photo thumbnails with captions: '6\_PACO & LOLA CON LOS CHICOS DE FERROL', '3\_RUTH UNA CHICA MUY PACO & LOLA', and 'iDame lunares!'. The Flickr interface includes navigation links like 'Home', 'You', 'Organize & Create', and 'Upload', along with a search bar and social media sharing options.

# 4. El social media plan

Sushidaki

Web

Tienda online

Blog

Facebook

Twitter

Flickr

Vimeo

Tripadvisor

The screenshot displays the Sushidaki website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inicio', 'cómo comprar', 'aviso legal', 'horarios y zonas de reparto', and 'contacto'. The phone number 'T: 986 41 65 97' and email 'market@sushidaki.com' are also visible. The main header features the Sushidaki logo, which includes a pair of chopsticks and a sushi roll, alongside a promotional banner for 'Galicia' that reads: 'Haz un pedido y nuestro servicio a domicilio hará la entrega en el lugar que tú prefieras en 24/48 h. un servicio disponible para toda Galicia'. Below the header is a TripAdvisor listing for 'Sushidaki' in Pontevedra. The listing includes a search bar, a 'Buscador de vuelos' section, and a detailed restaurant profile with a 1.0 rating from 67 reviews. The profile also features a map, a 'Resumen de puntuaciones' table, and a 'Guis gratis de Pontevedra' section. The 'Resumen de puntuaciones' table is as follows:

Resumen de puntuaciones	
Excelente	0
Muy bueno	1
Normal	0
Malo	0
Pesimo	0
Comida	0
Servicio	0
Calidad/precio	0
Atmósfera	0

# 4. El social media plan

Mortiz

Facebook

Twitter

You Tube

Flickr

The image shows a screenshot of the Moritz Barcelona Facebook page. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for Home, Profile, Find Friends, and Account. The main content area displays the Moritz Barcelona profile, including a cover photo, a profile picture, and a bio: "Company - Barcelona, Spain". Below the bio are several photos. The "Wall" section shows "Moritz - Top Posts". A sidebar on the left lists navigation options: Wall, Info, Friend Activity, Events, Promocions, Photos, Notes, and Cupó descompte Mecal Air. The "About" section states "Des de 1856 la cervesa de Barcelona." and shows "54 check-ins" and "17,359 like this".

Overlaid on the Facebook page is a Twitter profile for @MoritzBarcelona. The profile includes the Moritz Barcelona logo, the name "Moritz Barcelona", the handle "@MoritzBarcelona", and the location "Barcelona". The bio reads "La cervesa de Barcelona des de 1856." and the website "http://www.moritz.cat". The profile statistics show 1,181 Tweets, 2,517 Following, 3,722 Followers, and 73 Listed. The "You and @MoritzBarcelona" section lists accounts followed by the user, including @antonibassas, @OscarAndreu, and @ernestfoch. The "Similar to @MoritzBarcelona" section lists accounts like @munichsports, @Quimkong, and @vedelconsagrat. The "Following" section lists accounts like @cavaandtwits, @guillemsans, and @MoritzBarcelona. The footer of the Twitter profile includes links for About, Help, Blog, Mobile, Status, Jobs, Terms, Privacy, Shortcuts, Advertisers, Business, Media, Developers, and Resources, with a copyright notice for 2011 Twitter.

## 4. El social media plan

### Gallina Blanca

Web enfocada al usuario

Blog

Facebook

Twitter

You Tube

Aplicación Móvil

The image displays the Gallina Blanca website interface and a mobile application advertisement. The website header features the brand name "Gallina Blanca" and navigation tabs for "Recetas y Menús", "Vida Sana", "Escuela de Cocina", "¿Te gusta cocinar?", "Productos Gallina Blanca", and "Promociones". A search bar is prominently displayed with the text "Encuentra tus recetas de cocina" and a "Buscar" button. Below the search bar, a recipe for "Pastel de atún" is featured, including details like "40-60 min", "Para 4 personas", and "Fácil". A "Regístrate" button is visible on the right side of the website. The mobile app advertisement for "MAM by Sopalista" is shown in the foreground, featuring a smartphone displaying the app interface with a woman's illustration. The ad text includes "GRATIS", "MAM by Sopalista", "ESOS MINUTOS DE MADRE AL DÍA", and "Descarga GRATIS aquí la aplicación MAM-i para iPhone y descubre muchas sorpresas más." A "Disponibles en App Store" button is also present. The background of the ad features a patterned design and the slogan "UNA MADRE, NO TIENE PRECIO".

## 5. La figura del community manager

---

Gestiona la comunidad on-line

Es la voz de la empresa en internet

*“Establece una relación de confianza con los simpatizantes de la marca, recoge el feedback de los mismos y utiliza para proponer mejoras internas” (AERCO)*

# 5. La figura del community manager

---

## Perfil, habilidades

- Experiencia en comunicación y marketing
- Experiencia en research, búsqueda de información en la red
- Amplios conocimientos de las herramientas 2.0
- Conocimientos sectoriales
- Presencia activa en las redes sociales: twitter, blogger.
- “Don de gentes”
- Metodológico
- Agitador. Líder
- Moderador
- Abierto y accesible
- Transparente
- Detallista y riguroso
- Sentido común
- Rápido y resolutivo

# 5. La figura del community manager

---

## Funciones

- Escuchar
- Comunicar el mensaje de la entidad
- Gestionar y dinamización de la red
- Detección de las personas más afines e influyentes
- Analizar la comunidad, el sector.
- Detectar oportunidades y vías de colaboración con las personas.
- Búsqueda de información interesante
- Solventar crisis puntuales
- Monitorización y seguimiento
- Captación de nuevos fans

## 6. Las redes sociales - clasificación

---

### 6.1. ¿Qué son las redes sociales?

Una moda

Un mito

...

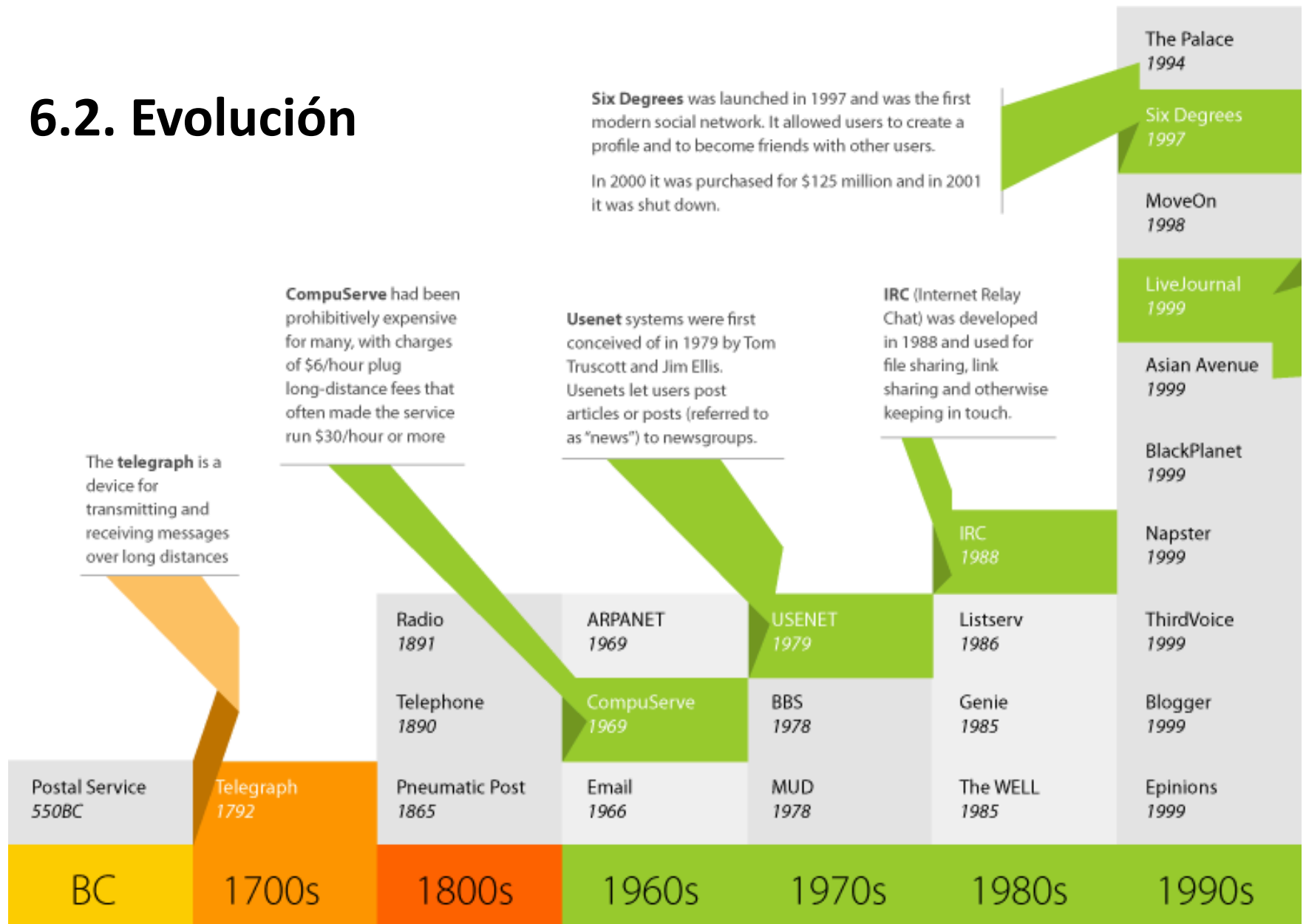
**Son una forma de relacionarse, conversar**

Una estructura de relaciones entre personas.

Cada vez más, la gente cree en la gente



## 6.2. Evolución



\* **World of Warcraft / MMORPGS**  
 MMORPGS (Massively multiplayer online role-playing games) have become social networks in their own right. MMORPGS became popular in the early 2000s, though there were other online role-playing and other games prior to that. The most famous of these is World of Warcraft, where players interact both in the game world and on related forums and community sites.

**Multiply** is a digital content sharing, "family-friendly" social network and media sharing site puts much more emphasis on security and privacy than many other networks.

**MySpace** was founded in 2003 and by 2006 had grown to be the most popular social network in the world.  
 MySpace differentiated itself from competitors by allowing users to completely customize the look of their profiles. Users could also post music from artists on MySpace and embed videos from other sites on their profiles.

**LinkedIn** was founded in 2003 and was one of the first mainstream social networks devoted to business.

**LiveJournal** was a social network built around constantly-updated blogs. LiveJournal encouraged its users to follow one another and to create groups and otherwise interact.

**Friendster** was really the first modern, general social network. Founded in 2002, Friendster is still a very active social network, with over 90 million registered users and 60+ million unique visitors each month.

**Flickr** has become a social network in its own right in recent years. They claim to host more than 3.6 billion images as of June 2009.

**Orkut** is owned and operated by Google and has over 100 million users.

**Care2**, with more than 14 million members, is the largest online community of people making a difference in healthy and green living, human rights and animal welfare.

**Facebook's** growth in the fall of 2007 was staggering. Over 1 million new users signed up every week, 200,000 daily, totaling over 50 million active users. Facebook received 40 billion page views a month. Facebook is 6th most trafficked site in the US and top photo sharing site with 4.1 billion photos uploaded.

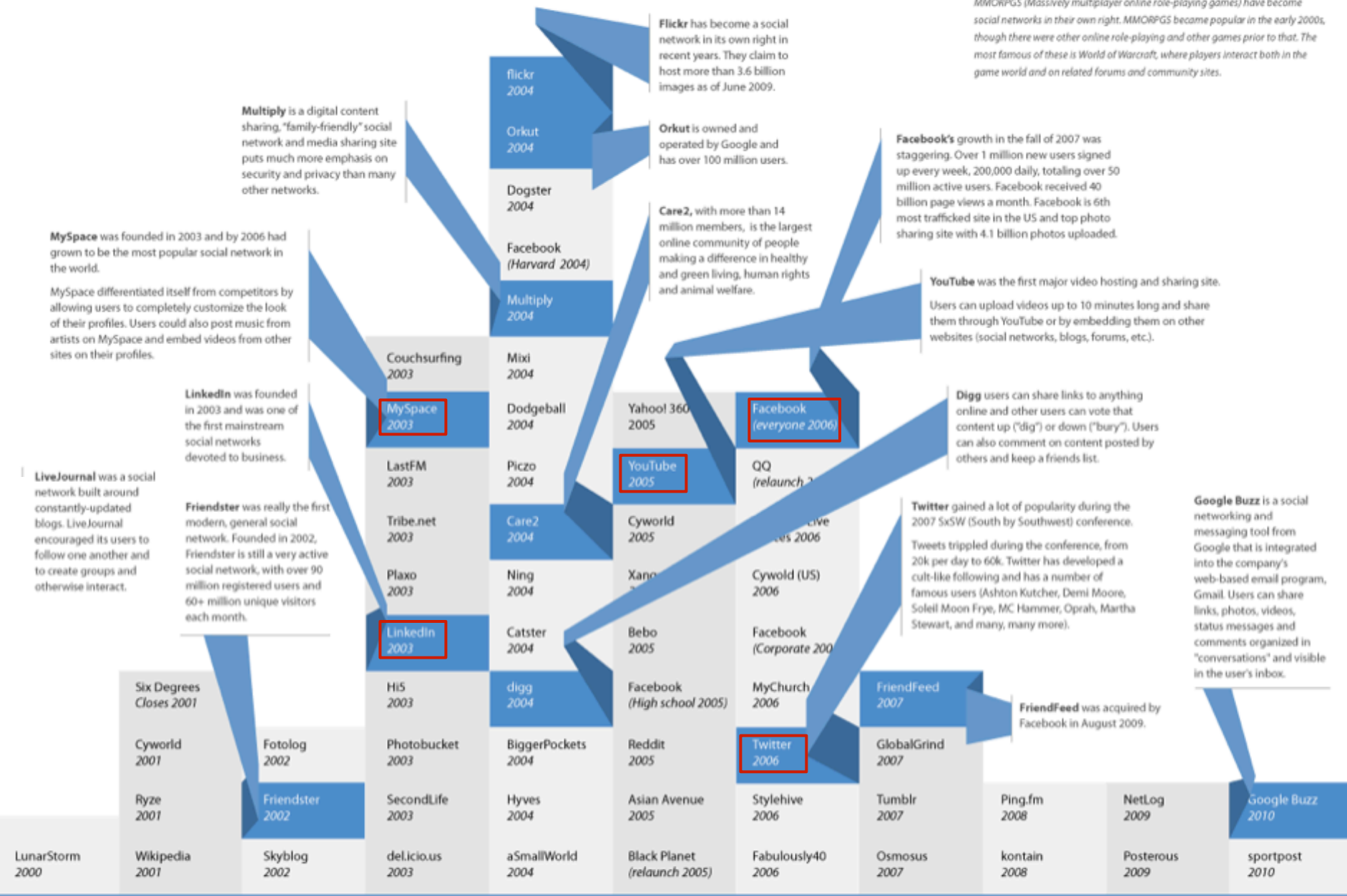
**YouTube** was the first major video hosting and sharing site. Users can upload videos up to 10 minutes long and share them through YouTube or by embedding them on other websites (social networks, blogs, forums, etc).

**Digg** users can share links to anything online and other users can vote that content up ("dig") or down ("bury"). Users can also comment on content posted by others and keep a friends list.

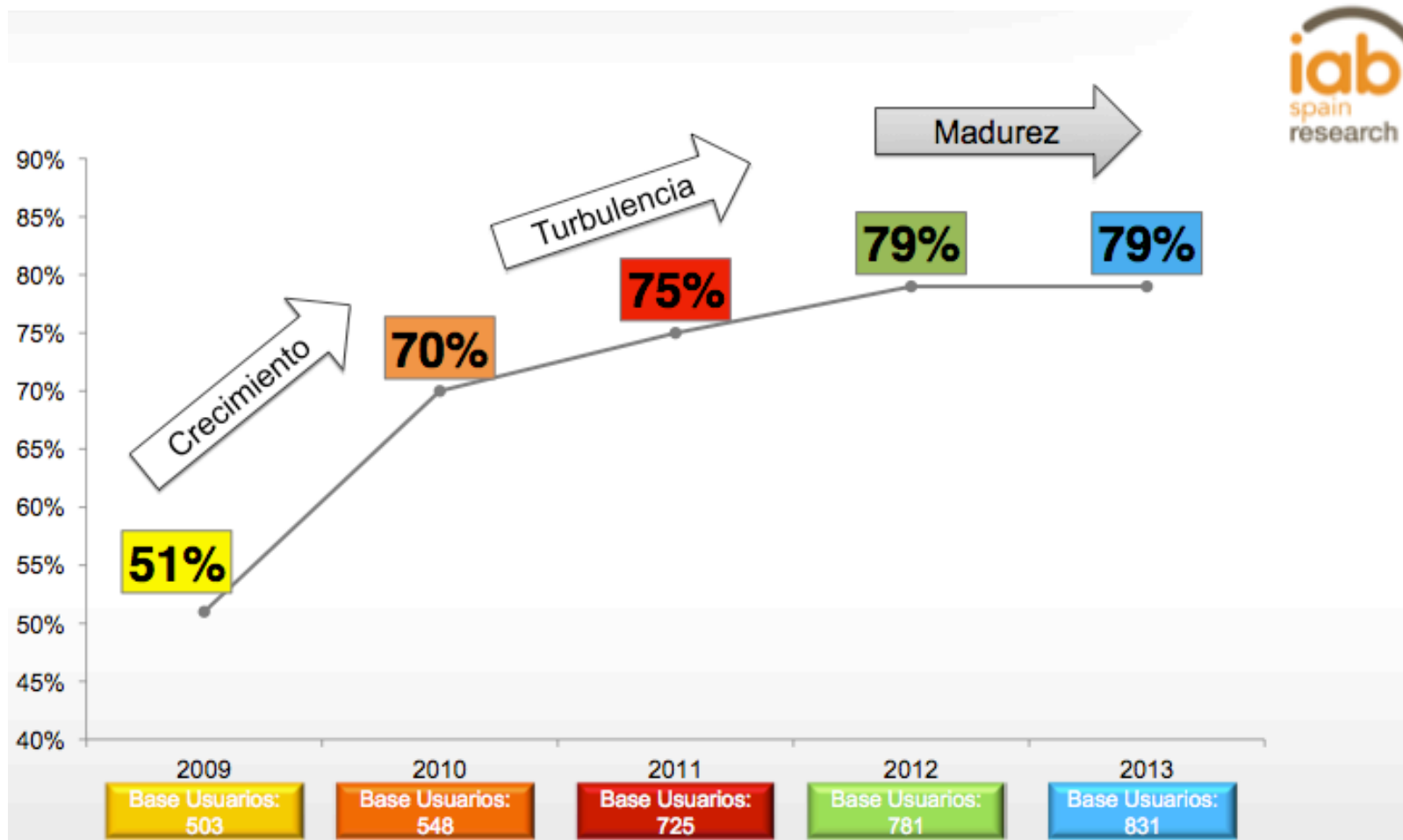
**Twitter** gained a lot of popularity during the 2007 SxSW (South by Southwest) conference. Tweets tripled during the conference, from 20k per day to 60k. Twitter has developed a cult-like following and has a number of famous users (Ashton Kutcher, Demi Moore, Soleil Moon Frye, MC Hammer, Oprah, Martha Stewart, and many, many more).

**Google Buzz** is a social networking and messaging tool from Google that is integrated into the company's web-based email program, Gmail. Users can share links, photos, videos, status messages and comments organized in "conversations" and visible in the user's inbox.

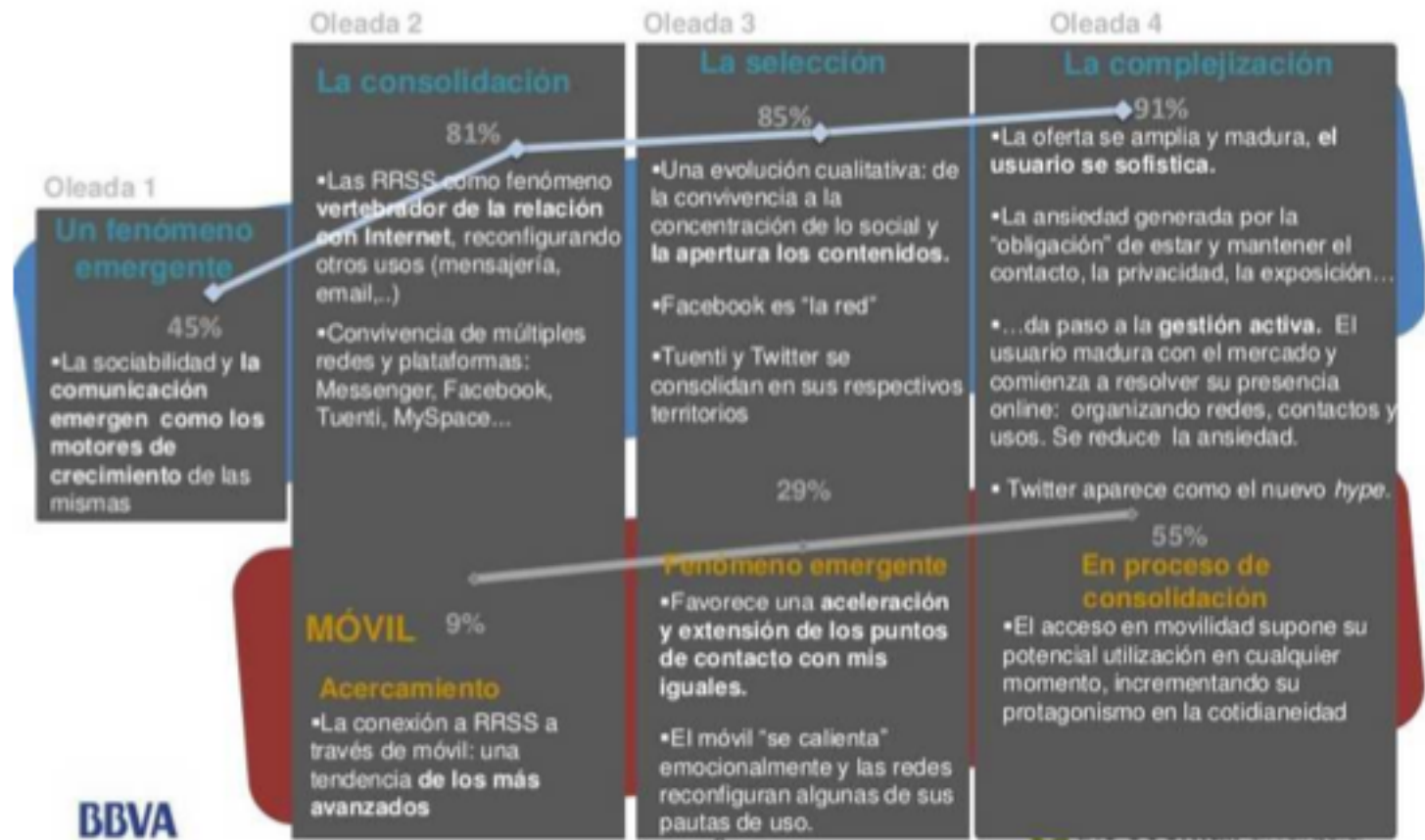
**FriendFeed** was acquired by Facebook in August 2009.



## 6. Las redes sociales - evolución



# 6. Las redes sociales - evolución



## 6. Las redes sociales - clasificación

---

### 6.3. Clasificación

Dos categorías según el objetivo y temática:

- **Verticales:** concebidas desde un tema concreto
- **Horizontales:** redes sociales generalistas, dirigidas a cualquier tipo de usuario, sin temática definitoria

# 6. Las redes sociales - clasificación

---

## Verticales

(concebidas desde un tema en concreto)

### **Profesionales:**

Linkedin, Xing, Viadeo (red social de negocios en línea)

### **Publicación y distribución de contenidos:**

Fotos: Flickr, Panoramio, Picassa, Fotolog, Zoomr

Vídeos: You Tube, Vimeo, DailyMotion, Metacafe, Hulu, Google video, Viddler

Audio: iTunes, Podcast.net, Rhapsody, Podbean

Música: Last.fm o Spotify

Presentaciones: Slideshare o Prezi

Documentos: Scribd o Issuu

Streaming: TalkShoe, ShoutCast, Live 365, Justin.tv, BlogTalkRadio

Favoritos: del.icio.us

Noticias: Menéame, Digg, Divúlgame, Chuza, Reddit, Yelp

Geolocalización: Foursquare, Facebook places, Google Maps, Around me, Whrrl, Loopt star o Brightkite

## 6. Las redes sociales - clasificación

---

### **Horizontales**

(sociales generalistas, dirigidas a cualquier tipo de usuario y sin una temática definitoria)

#### **Sociales:**

Facebook, Google +, Tuenti, Orku, Diáspora, Tagged o Hi5.

#### **Microblogging o nanoblogging**

Twitter, Picotea, Status net, Plurk, Twitxr

Yammer para el microblogging interno de la empresa.

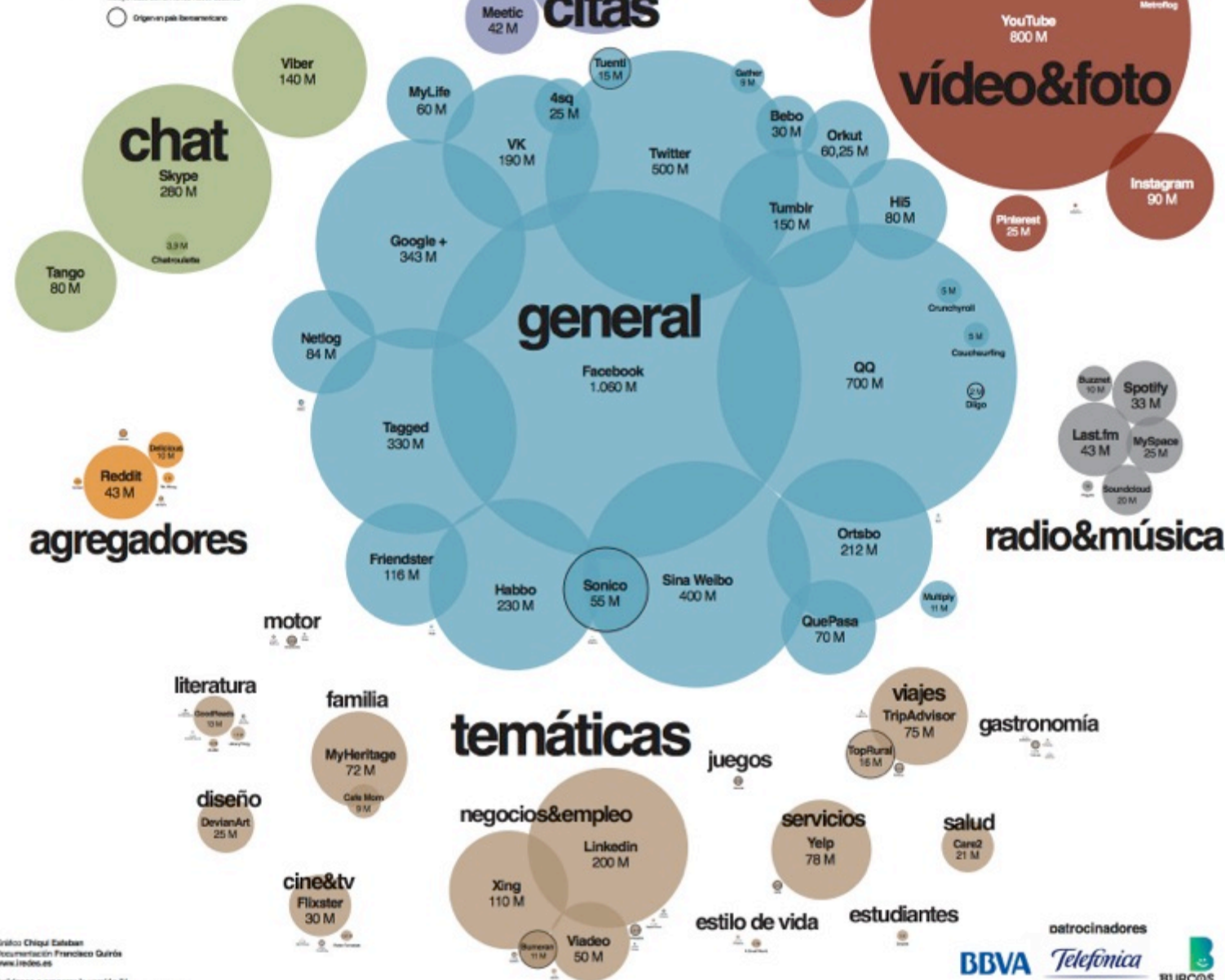


# iRedes mapa de las redes sociales versión 3

III Congreso Iberoamericano de Redes Sociales

Incluye redes con al menos 10.000 usuarios

○ Origen en país hispanohablante



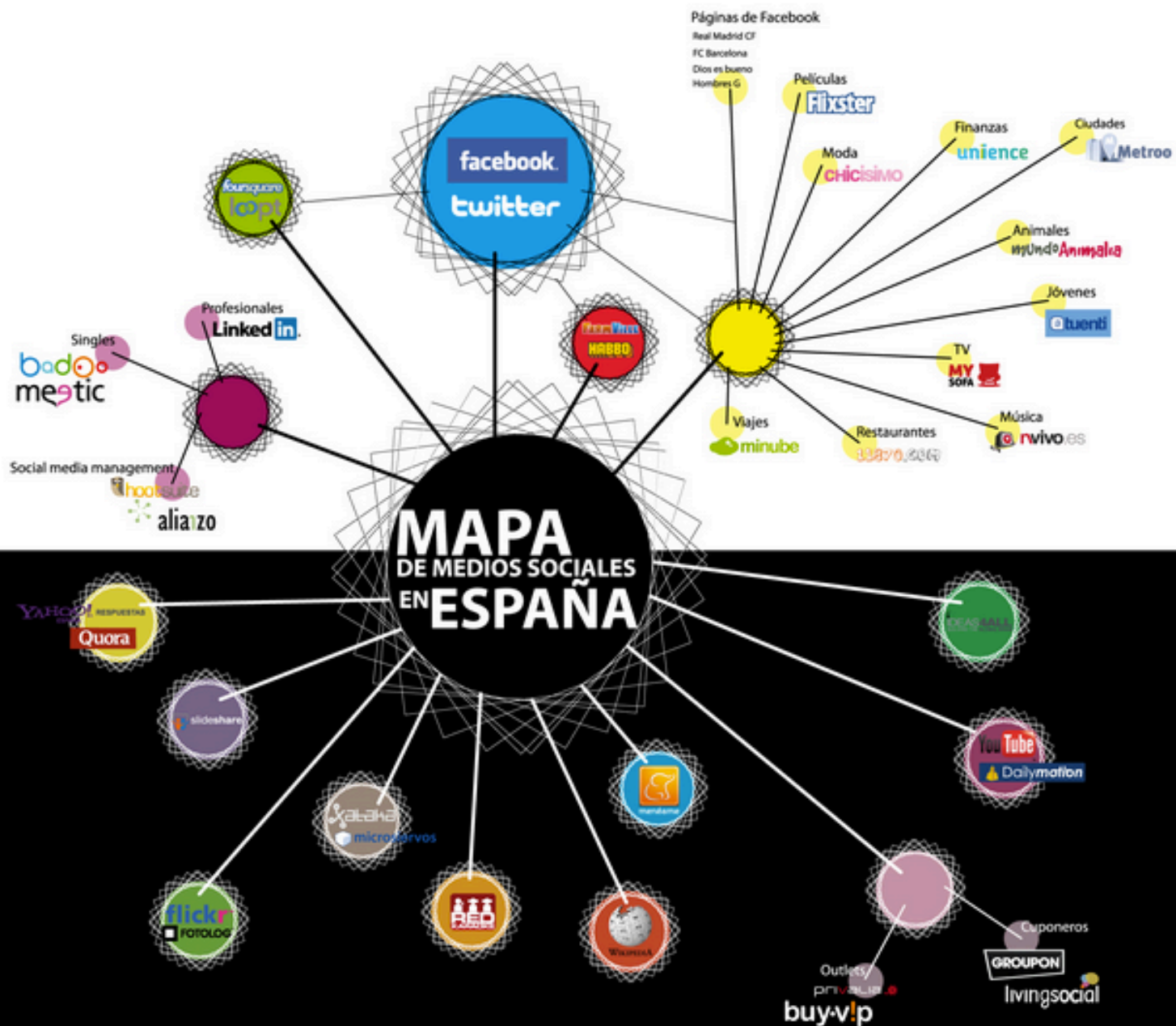


- Fans
- Juegos
- General
- Localización
- De pago

## RELACIONES

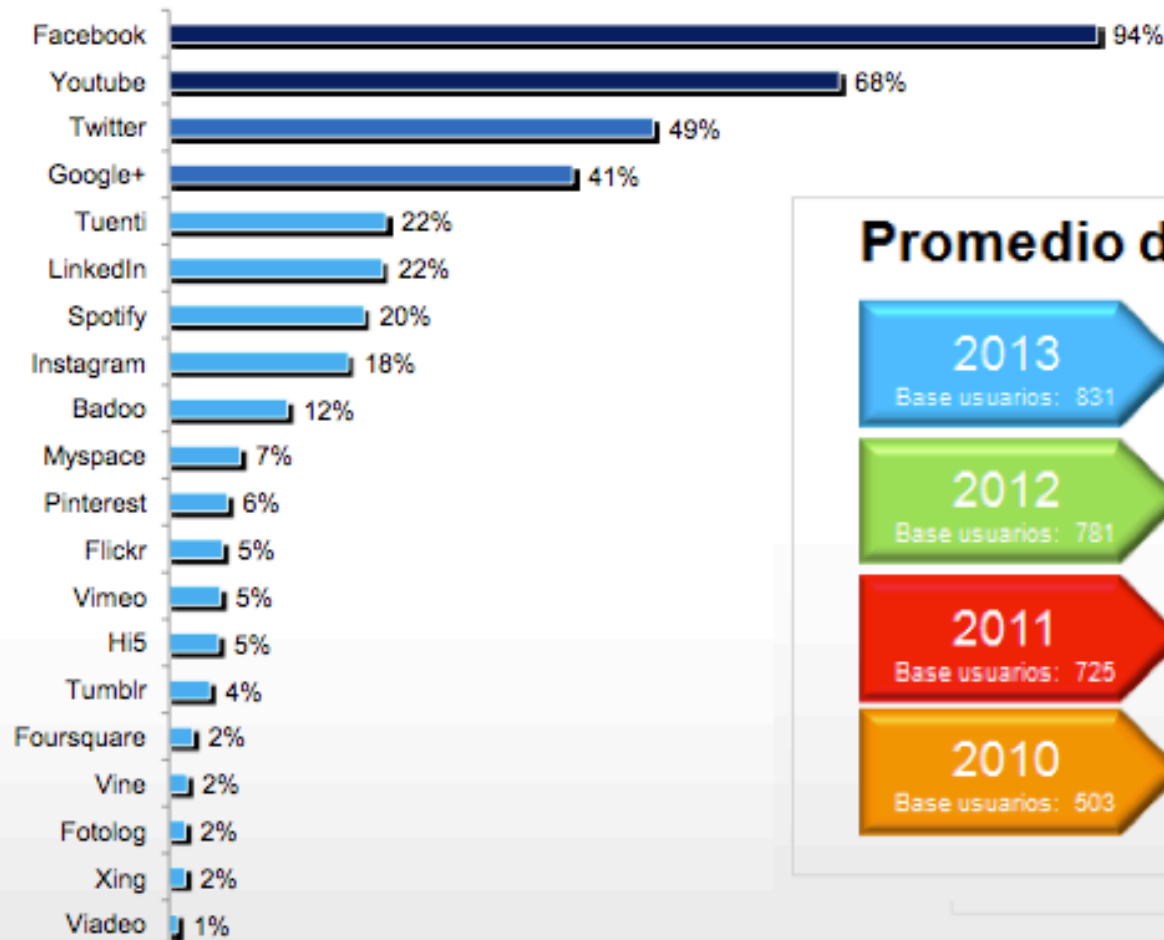
## CONTENIDOS

- Preguntas
- Presentaciones
- Fotos
- Blogs
- Canciones
- Datos enciclopédicos
- Noticias
- Clubes de compras
- Videos
- Ideas



## 6. Las redes sociales - utilizadas

Las redes sociales más utilizadas o visitadas son Facebook (94%) y Youtube (68%). Estas redes son también de las que más tiempo llevan en el mercado. El número de redes que se utilizan ha aumentado respecto a años anteriores (aumento incremental, no sustitutivo).

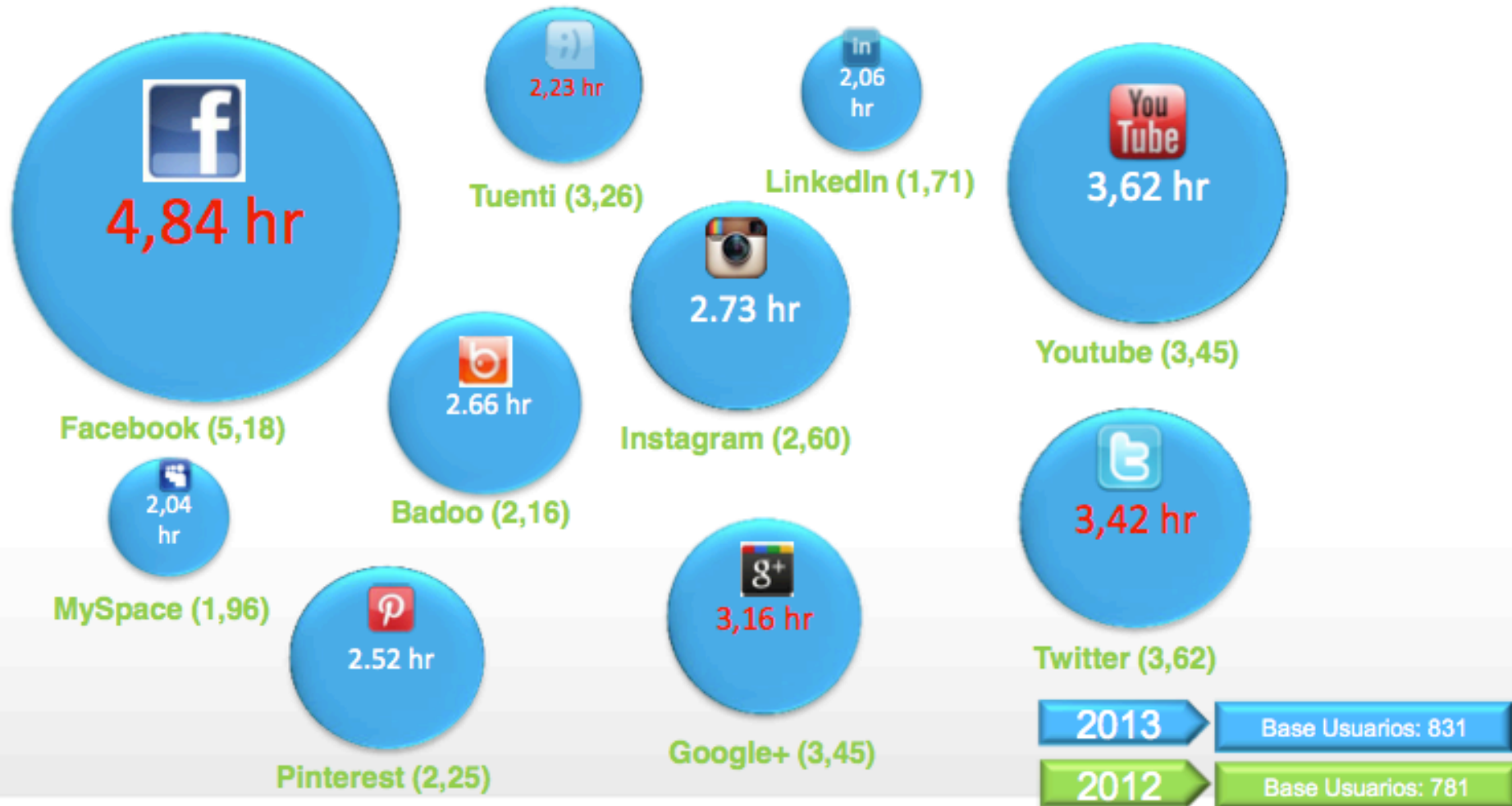


### Promedio de redes visitadas



## 6. Las redes sociales – frecuencia de uso

Facebook, Youtube y Twitter son las redes sociales a las que se dedican **más horas** a la semana

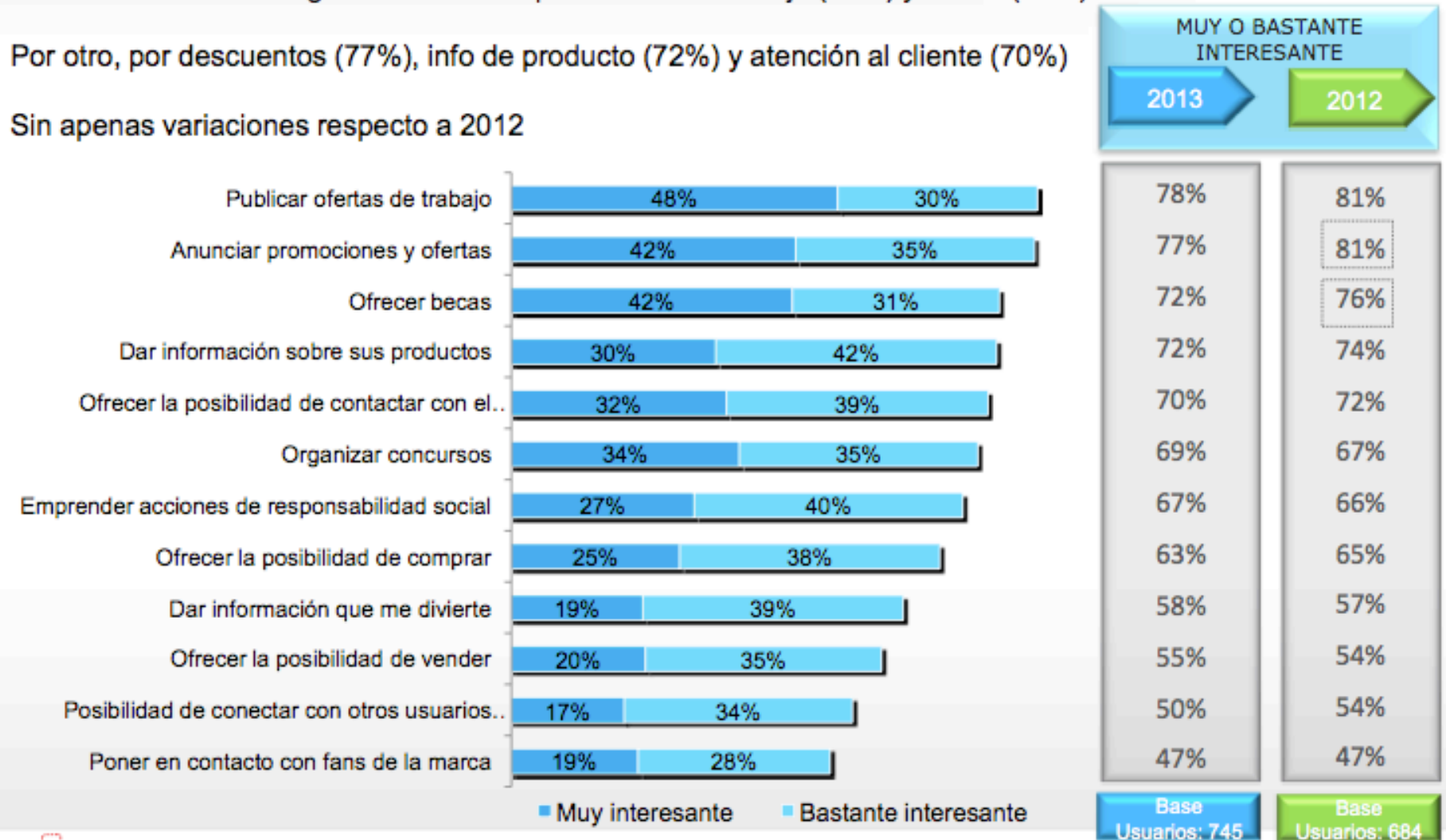


## 6. Las redes sociales – intereses por las marcas

Por un lado interesa seguir a las marcas por ofertas de trabajo (78%) y becas (72%)

Por otro, por descuentos (77%), info de producto (72%) y atención al cliente (70%)

Sin apenas variaciones respecto a 2012



## 6. Las redes sociales - pymes

---

### ¿Cómo están presentes las pymes españolas en las redes sociales?

El **53%** de las pymes en España utilizan redes sociales como estrategia de marketing

La red social más usada por las pymes españolas es **Facebook (41,5%)** seguida de **Foursquare (34,5%)**

Las empresas que más utilizan las redes sociales pertenecen al sector servicios

### ¿Qué objetivos persiguen?



#### Difusión de su marca:

El 60% de las pymes ofrecen sus productos y servicios en redes sociales, el 51% aportan información sobre eventos, hitos o noticias en ellas y el 43% las utilizan como plataforma de lanzamiento de ofertas o descuentos.

## 6. Las redes sociales - pymes

---

### ¿Qué uso hacen de ellas?

El 43% de las pymes españolas reconoce hacer usos diferenciados de cada red social en la que están presentes.

Por redes:



Facebook se muestra como el principal canal para ofrecer sus productos y servicios

Twitter para mantener una comunicación más eficaz con los clientes



Foursquare para mostrar sus instalaciones

### Datos que nos permiten concluir afirmando que las redes sociales

Sirven a las pymes para establecer una comunicación eficaz, bidireccional y duradera con los clientes



Les hacen ganar notoriedad, prestigio, reputación



Les generan imagen de marca, las dan a conocer y mejoran su visibilidad a bajo coste

# COOKING IDEAS

UN BLOG DE VODAFONE PARA ALIMENTAR TU MENTE DE IDEAS



Ciencia Empresas Internet Tecnología Vida digital Vídeos Vodafone

## ¿Eres persona o internauta?

Por Jose Carlos León | 14.07.2011 | 08:21 h.



### Editores

Alvy | Daniel Civantos | David Alayón  
David Cantolla | Eduardo Arcos | Guy  
Kawasaki | Iñaki Berazaluce | Javier  
Candeira | Javier Piriz | Jose Carlos León  
| Manuel Cerdá | Nacho Palou | Wicho

### Post destacados



# BlogTrip Rías Baixas

Redes sociales:

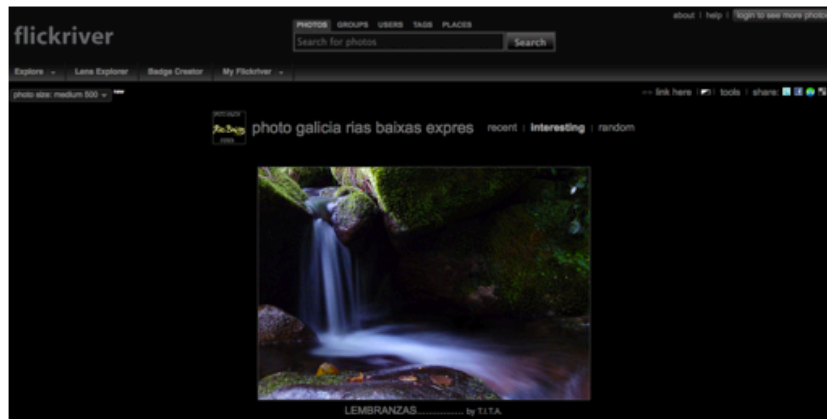


❖ INICIO ❖ RIASBAIXAS MAGAZINE ❖ LOS BLOGGERS ❖ FORO EN DIRECTO ❖ VIDEOS ❖ FOTOS ❖ CONTACTO

## GENERAL

dic 30, 2010 Rias Baixas Sin comentarios

## *Flickrriver Photo Galicia. Las mejores fotos.*



Increíble el Flickrriver del Grupo de Flickr de [Photo\\_Galicia](#). Con el fin de año se suceden las recopilaciones, de las mejores fotos del grupo, así que no podeís perderos las más de 190 fotografías de Galicia, y muchas, como no de Rías Baixas donde podreis disfrutar de la esencia de esta maravillosa tierra a través de la fotografía.

Desde Blogtrip Rías Baixas os recomendamos que no dejéis de visitar este [flickrriver](#) y disfruteís de las



## MEDIOS



## SE DICE SOBRE #RIASBAIXAS ...

Talaso Atlántico : RT @javiervarela: @piglesias me encanta la playa de #patos hoy hay mareton en toda la costa atlantica #riasbaixas about 13 hours ago



# COMPARATIVA

RRSS Criterio										
<b>Nacimiento</b>	2004	2006	2011	2006	2003	2005	2009	2004	2009	2010
<b>Público</b>	1150 m de usuarios activos	15 m de usuarios	343 m de usuarios activos	230 m de usuarios activos	259 m de usuarios activos	1000 m de usuarios activos	40 m de usuarios	75 m de usuarios	70 m de usuarios	150 m de usuarios activos
<b>Mercados principales</b>	EEUU India Brasil	España India Pakistán	India EEUU Canadá	China India EEUU	EEUU India Reino Unido	EEUU India Japón	EEUU Turquía México	EEUU India Reino Unido	EEUU Canadá Reino Unido	EEUU Brasil Reino Unido
<b>Perfil dominante y tiempo dedicado</b>	Mujeres de 25-34 años 405 min/ mes	Hombres de 18-24 años 100 min/día	Hombres de 18-34 años (63%) 3 min/mes	Mujeres de 25-44 años (57%) 89 m/mes	Mujeres de 35-54 años (53%) 21 m/mes	18-54 años 900 s/día	Hombres de 25-34 años 3 m/día	Mujeres de 18-34 años 5 m/día	Mujeres de 25-44 años (79%) 405 m/mes	Mujeres de 25-34 años 3 m/día
<b>Utilidad</b>	Comunicarse, cotillear, seguir marcas	Relacionarse con amigos y subir fotos	Contacto, publicar blogs y páginas	Información, compartir reflexiones	Profesional	Visualizar(40% móvil) y compartir videos	Dar a conocer ubicaciones	Almacenar, compartir fotos y video	Guardar enlaces, imágenes, video	Compartir imágenes de forma creativa
<b>Contenido que mejor funciona</b>	Las fotos (69%) y archivos de audio/video	Las campañas interactivas	-	Enlace a contenido y recomendación del usuario	-	Videos	Check-in de comidas, oficinas y destinos de shopping	-	Fotos y video-posts	-
<b>Mejor hora</b>	De 1-4 PM	-	De 9-11AM	De 1-3 PM	De 7-9 AM o de 5-8 PM	De 8-11PM	2 PM mayor registro de check-in	-	De 2-4PM o de 8PM a 1AM	-

# facebook

Email

Keep me logged in

Password

[Forgot your password?](#)

Login

## Heading out? Stay Connected to your friends.

Check out [m.facebook.com](http://m.facebook.com) to access Facebook on your mobile.



Bring your friends with you using Facebook Mobile. Update your status, upload photos and more from your phone.



Try [m.facebook.com](http://m.facebook.com) with no access charges on Vodafone, from now until March 1st, 2011. To start, SMS 'FB' to 22521 on Vodafone and try Facebook Mobile for free until March.

[Learn more](#)

## Sign Up

It's free and always will be.

First Name:

Last Name:

Your Email:

Re-enter Email:

New Password:

I am:

Birthday:

[Why do I need to provide this?](#)

Sign Up

[Create a Page for a celebrity, band or business.](#)

# El Proyecto Google+



## Te damos la bienvenida al Proyecto Google+

Comparte en la Web como en la vida real



Google+ está en periodo de prueba limitado.

En estos momentos, estamos realizando una prueba con un número reducido de personas, pero el Proyecto Google+ no tardará en estar disponible para todo el mundo. Déjanos tu dirección de correo electrónico y nos pondremos en contacto contigo cuando invitemos a más personas.

**Mantenme informado**

¿Ya se te ha invitado? Hemos excedido temporalmente nuestra capacidad. Intentalo de nuevo más tarde.

Email

Contraseña

Entrar

Recordarme

[¿Has olvidado tu contraseña?](#)

[¿Quieres una cuenta?](#)

 **tuenti**  
Feliz San Valentín





Universitat Oberta de Catalunya

El canal audiovisual de la UOC - The UOC's audiovisual channel



Universitat Oberta de Catalunya  
Canal de UOC

Suscribirse

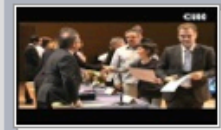
Listas de reproducción



**Actualitat**  
hace 3 días  
más información



**Conferències, seminaris, jornades**  
hace 3 semanas  
más información



**Actes de graduació**  
hace 3 semanas  
más información



**Acte d'inauguració del curs acadèmic**  
hace 2 meses



## Welcome, you're new, aren't you?

Vimeo is a respectful community of creative people who are passionate about sharing the videos they make.

We provide the best tools and highest quality video in the universe. See for yourself and [Join today!](#)

Videos we like

Explore

Right now

[Sign up for Vimeo >](#)

**macro kingdom III**  
from [demento](#)

Skadi's Embryo

- LIKE
- LATER
- SHARE
- EMBED

02:05

HD

Advertisement

**vimeo** Channels

An easy way for anyone to showcase videos around a common theme.



# huluPLUS™

## More TV. On more devices.

- + Enjoy exclusive access to full current seasons
- + Watch Glee, Modern Family, House and dozens more
- + Stream instantly to your TV and mobile devices

Only \$7.99/month. Try it FREE for 1 week.

[Learn More ▶](#)

proud sponsor:

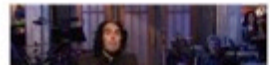


**huluPLUS** More TV. On more devices. Try it FREE for 1 week.

[Learn More ▶](#)



### Recent Episodes



### Popular Clips



### Featured Content

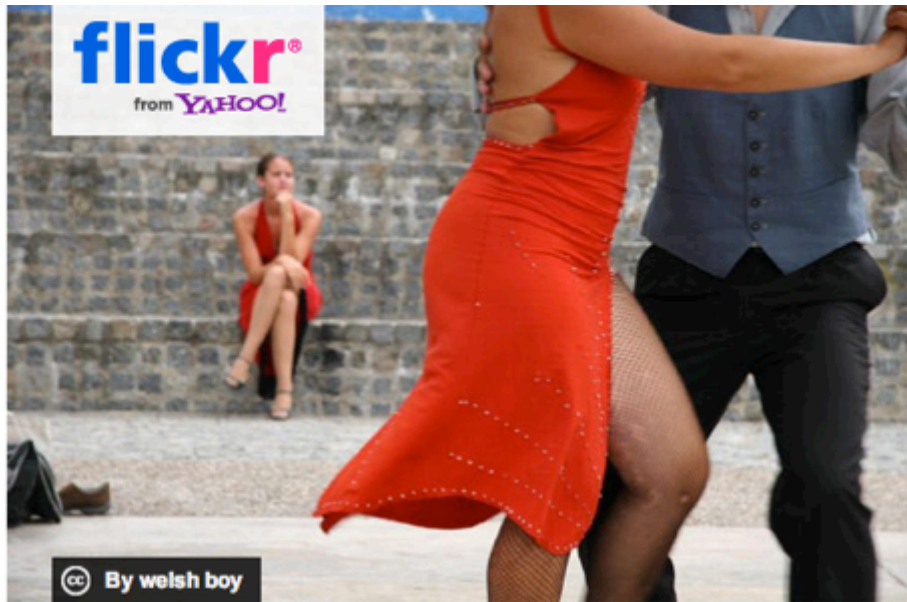


### My Videos

#### Fashion Week Update

Get a glimpse at the Fall 2011 runway looks





[Sign In](#)

[Create Your Account](#)

Only takes a moment with your Yahoo!, Google or Facebook ID

**Share your photos.  
Watch the world.**

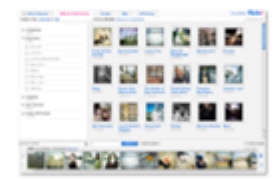
AND VIDEO

 [SEARCH](#)

5,488 uploads in [the last minute](#) · 160,129 things tagged with [morning](#) · 3.8 million things [geotagged](#) this month · [Take the tour](#)

Add George as a contact?

**Share & stay in touch**



**Upload & organize**

PUBLICIDAD

**Prenatal**

hasta el **-25%**





Instagram  
Fast beautiful photo sharing

Entrar



## Descubre Instagram

It's a **fast, beautiful** and **fun** way to share your photos with friends and family.

Haz una foto, selecciona un filtro para cambiar su aspecto y diseño, y publícala en Instagram. Compártela también en Facebook, Twitter y Tumblr. Más fácil imposible. Hemos reinventado la forma de compartir fotos.

Ah, sí, ¿hemos dicho ya que es gratis?

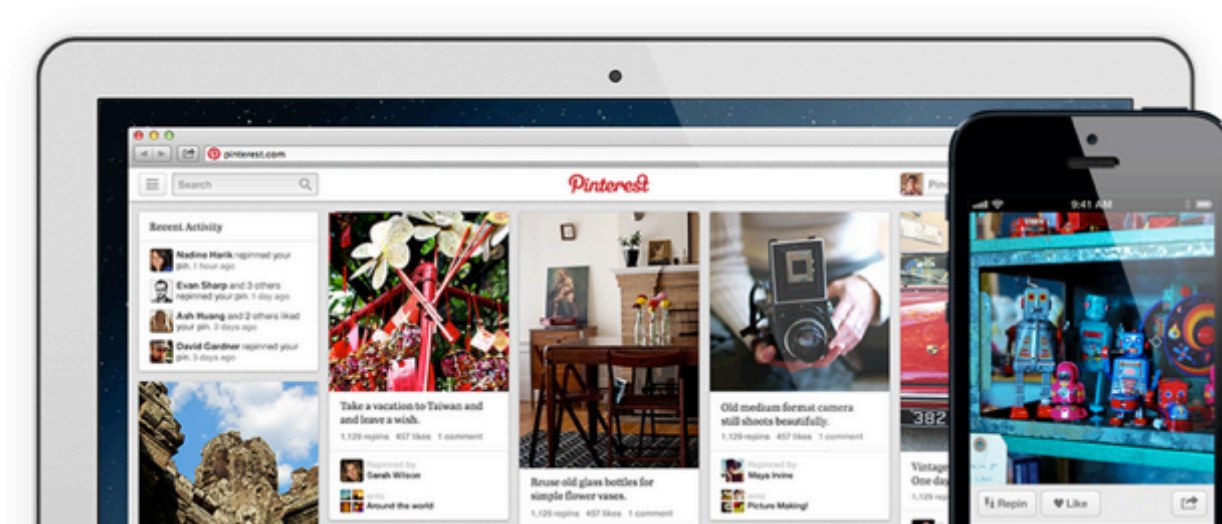




Algunas de tus cosas favoritas (¡en realidad, millones!).

Entrar

Únete a Pinterest





Already a member? [Log In](#)

Find places, people, ta

SEARCH

# CHECK-IN FIND YOUR FRIENDS UNLOCK YOUR CITY

Foursquare on your phone gives you & your friends new ways of exploring your city. Earn points & unlock badges for discovering new things. [LEARN MORE](#)

JOIN NOW

## RECENT ACTIVITY



**Cindy B.** in Chicago, IL:  
unlocked the 'Sounds So Good' badge.



**Daisuke T.** in 鴻巣市, 埼玉県:  
wrote a tip @ 埼玉県警察 運転免許センター: 必ず交通安全協会への寄付を勧めるのね。入らないけど、



**B M.** in Houston, TX:



## GET IT NOW

iPhone →

BlackBerry →

ANDROID →

palm →

You have signed out

## Going Places? Take LinkedIn with you

Find, connect, and collaborate on your mobile phone

[Get LinkedIn Mobile](#)



 Ads by LinkedIn Members



### [Backup Your Data!](#)

The easiest and the most cost effective backup, secure and at your finger!



### [Art for young collectors](#)

Grace Teshima Gallery Paris  
Montmartre - new art for the young collector.



La red profesional que conecta a más de 10 millones de usuarios

[Registrarse](#) [Ayuda y contacto](#) [Visita Guiada](#) [Español](#) ▾

Correo electrónico (o usuario)

Contraseña

**Iniciar sesión**

Recordarme en este PC

[¿Has olvidado tu contraseña?](#)

### Regístrate gratis:

Nombre

Apellidos

Correo electrónico

Contraseña

Acepto la [Política de Privacidad](#) y las [Condiciones Generales de Uso](#) de XING AG.

**Registrarse**



Tus datos están seguros en XING

### Networking profesional

Tus contactos te acompañan durante toda la vida y pueden ayudarte a progresar profesionalmente – p.ej. recomendándote para un puesto o simplemente dándote la información que necesitabas en el momento adecuado.

[Ir al vídeo "¿Qué es networking?"](#)

Contacta con profesionales expertos, amigos, compañeros de trabajo y de estudio.

### Empleo y carrera

Crea tu perfil en un entorno profesional, deja que te encuentren reclutadores y seleccionadores de personal, y dale un nuevo impulso a tu carrera profesional.

Ya son más de 10 millones de usuarios.

### Actividad reciente de usuarios de XING



**Emma Olivero** organiza el evento "Curso de Social Media por ...".  
XING Eventos - Barcelona



**Sergio Ruiz** ha publicado la oferta "Urge Soporte Técnico, ..." en XING Empleo.  
XING Empleo - Nápoles

Welcome Fuencisla! **Update** your profile information, check out what your friends are doing or get a **PRO** account for SlideShare premium features.

TOP PRESENTATIONS OF THE DAY [View all](#)

Like 8



My name is Oliver Woods.  
I'm a Social Media Strategist.  
(a plan & manage social media marketing)



The Rhythm of Interaction  
Peter Burt  
Wednesday 11  
Boulder, Colorado  
10 February 2011



Click to Advance

In this photo released by World Press Photo, the 2nd prize Spot News Stories of the 2011 World Press Photo contest by Carenin Fohlen, France, Fedephot, of anti-government riots in Bangkok, Thailand, May 2010. (AP Photo/Carenin Fohlen/edgheis)

Email 1 / 22 Full

Photo Contest Winners from Dirval Charet

the redvertisement network

¿Por qué pagar más en tu Internet móvil?  
Tu eliges  
detalles comparativa >>

www.simyo.es  
Simyo te ofrece la tarifa plana 5GB más barata.  
Más info >>

balumba.es **ICALCULA YA!**



www.nikestore.com  
Nike Store: 50% de descuento  
Más info >>

Advertise your presentation here

SPOTLIGHT: Wordcamp Phoenix 2011



Lightning Talk: How to submit a DMCA takedown notice



The Yet Another Related Posts Plugin algorithm

FEATURED PRO USERS

Get a Pro Account

All your stuff in one place.

Get to your bookmarks from any computer, anytime, anywhere.



Learn More



HIDE INTRO

Search the biggest collection of bookmarks in the universe...

Search Delicious

Search

Fresh Bookmarks

Hotlist

Explore Tags

The freshest bookmarks that are flying like hotcakes on Delicious and beyond.

See more recent bookmarks

New bookmarks saved in the last minute 1 3 3



Lady Gaga: Egg Grammy Arrival (PHOTOS) [SAVE](#) | [SHARE](#)

via [huffingtonpost.com](#)

▶ 13 Related Tweets

bornthisway estonosonlosGoya

3



Digital Valentine's Day Flowers [SAVE](#) | [SHARE](#)

via [techflesh.com](#)

▶ 5 Related Tweets

photography amazing digital technology tech

30



5 ways the new Facebook Pages can benefit your business [SAVE](#) | [SHARE](#)

via [thenextweb.com](#)

facebook business pages facebook-pages marketing

29

portada ↻

populares

más visitadas

menear pendientes

todas +

tecnología

cultura

actualidad

ocio



37

meneos

menéalo

49 clics

### Un eMule mal configurado provoca filtración de datos sensibles del ejército

[www.elconfidencialdigital.com/Articulo.aspx?idObjeto=27766](http://www.elconfidencialdigital.com/Articulo.aspx?idObjeto=27766)  
por [specimen](#) hace 2 horas 30 minutos publicado hace 2 minutos

El Centro de Seguridad del Ejército de Tierra detectó la presencia de ficheros con información sensible en una red P2P. Tras una intensa labor de búsqueda, dio con el origen de la filtración: uno de los miembros del Centro había instalado el programa eMule en un ordenador con el que trabajaba habitualmente. Entre los documen filtrados se encuentran una completa relación de nombres y apellidos, número de identificación e incluso matrícula de vehículos personales, de decenas de militares y agentes del propio Centro.

8 comentarios | [tecnología, seguridad](#) | karma: 456

100

meneos

menéalo

151 clics

### Tras las inundaciones en Australia, las aseguradoras se niegan a pagar

[noticias.lainformacion.com/mundo/las-familias-australlana...](http://noticias.lainformacion.com/mundo/las-familias-australlana...)  
por [JosAndres](#) hace 8 horas 37 minutos publicado hace 52 minutos

La pareja Swuansong cuenta que llevaba 30 años pagando un seguro de inundaciones por su casa de Brisbane, pero ahora la aseguradora se niega a pagarles ¿El motivo? Su seguro les cubre la reparación de las inundaciones por causa de lluvias, pero no por desbordamiento de río. ¿Y las ayudas del Gobierno? Las ayudas van destinadas para las personas con salario mínimo y no para las ciudadanos de clase media. Ninguna víctima cumple con los requisitos. Si tienes un salario mínimo no puedes comprarte una casa. Todo es contradictorio.

11 comentarios | [actualidad, internacional](#) | karma: 446



534

meneos

menéalo

1629 clics

### Discurso de Alex de la Iglesia en los Goya 2011

[www.youtube.com/watch?v=HjAg4pWxW0A](http://www.youtube.com/watch?v=HjAg4pWxW0A)  
por [rogero](#) hace 4 horas 19 minutos publicado hace 2 horas 7 minutos

Discurso de Alex de la Iglesia en los Goya 2011.

66 comentarios | [actualidad, sociedad](#) | karma: 518



Anuncios Google

### ADSL Super Oferta ONO

12Mb por 19,90€/mes durante 1 Año ! con Alta, Wifi y Llamadas Incluidas

[Ono.es/web\\_Oficial](http://Ono.es/web_Oficial)



### más votadas

1868

Álex de la Iglesia: "Internet es la salvación de nuestro cine"



1859

Pau Donés: "¿Pero qué internautas? ¿Cuatro friquis tergiversando la opinión de la gente? Alejandro (Sanz) es un valiente"

1599

200 miembros de Anonymous abuchean a las estrellas a las puertas del Teatro Real

1310

Pitada a Sinde. Gala de los Goya



Anonymous tumba la web de la



Oh no... ¡Has llegado tarde para este descuento de Groupon!

¡Regístrate y recibe cada día los mejores descuentos

Introduce tu email

Registro

Recomendar este descuento



Facebook



Twitter



Email

**Descuento de hoy: ¡Escápate a Aire de Ruesga! Una noche de ensueño en una espectacular casa de piedra, con desayuno y cena para ti y tu pareja. Valorado en 145 euros, es tuyo por solo 69**

Descuento agotado

**Precio: 69,00 €**

Descuento  
52%

Ahorra  
76,00 €



### Oferta nacional:

**129,00 € en vez de 270,00 €:**

Dos noches en el Algarve en el hotel Dom Pedro Golf Resort con habitación doble, desayuno, 1 hora de tenis, acceso al spa y más

• **129,00 €**  
en vez de  
270,00 €



Ver

GROUPON

# Social Media Management

El Social Media Dashboard líder en la gestión y medición de tus redes sociales



- Gestiona múltiples redes sociales
- Programa mensajes y tuits
- Monitoriza menciones de marca
- Analiza el tráfico de medios sociales
- 6 million+ satisfied users

[Plans & Pricing](#)



## ¿Quién utiliza HootSuite?



*"HootSuite is an essential tool for managing social networks by allowing teams to efficiently track conversations and measure campaign results."*

- Pete Cashmore, CEO, Mashable

Regístrate hoy - GRATIS

Sign Up Using Facebook

— or —

Nombre completo

Contraseña

Confirmar contraseña

He leído y acepto las [Condiciones de uso](#)

Me gustaría recibir el boletín de noticias de HootSuite

[Regístrate ahora](#)