

# Redes Sociales

## Enfoque Metodológico

## Redes Sociales – Estadísticas Recientes

1. 55% de usuarios de Facebook / Twitter indicaron seguir una marca para después dejar de seguirla.
2. La mitad dice nunca haber visitado el sitio web de la marca que siguen.
3. 71% de usuarios indican haberse puesto mucho más selectivos a la hora de decidir a quien seguir.

FUENTE: HARVARD BUSINESS REVIEW, *SOCIAL MEDIA'S IMPENDING FLOOD OF CUSTOMER UNLIKES*

22 DE SEPTIEMBRE 2.011 . [HTTP://OW.LY/6FRHM](http://ow.ly/6FRHM)

## Redes Sociales – Razones para abandonar

1. Publicaciones demasiados frecuentes.
2. Muro demasiado embarrado con mensajes publicitarios.
3. Contenido demasiado repetitivo o aburrido.
4. Seguía la marca sólo para aprovechar una oferta.
5. Las marcas no ofrecían suficientes promociones para seguir las.

## Lo que IBM investigó

Al preguntar a líderes de negocio porque pensaban que interactúan en redes sociales:

- Averiguar sobre nuevos productos (73%).
- Recibir información general (71%).

## Lo que querían sus seguidores

La respuesta de los seguidores:

- Recibir descuentos (61%).
- Decidir sobre una compra (55%)

# Redes Sociales – Conclusiones

1. Es clave conocer a sus seguidores.
2. Dicho conocimiento tiene que ser reflejado en una estrategia y plan de acción.
3. Prefiera calidad antes de cantidad en seguidores.
4. El contenido manda.

# Redes Sociales – Metodología REDES CC



*CAMPAÑAS EXITOSAS DESDE EL INICIO*



@InstInternet



Instituto Internet



Av. Santos Erminy, edif. Park Side, piso 4, ofic.  
43. Las Delicias. Caracas, Venezuela



contactenos@institutointernet.com.ve