¿Por qué el social marketing es necesario para el éxito de una campaña en la actualidad?

Ciudad de México. 29 de junio de 2022. Desde hace algunas décadas, las redes sociales llegaron al mundo como una forma nueva de entretener a la gente por medio de internet. Sin embargo, hoy son mucho más que eso. Las plataformas sociales se han vuelto parte fundamental de nuestra vida, convirtiéndose en fuente de trabajo, medios de compraventa, y canales de exposición para muchas marcas e industrias. A través de plataformas como Facebook, Instagram o TikTok, varias empresas descubrieron una útil herramienta de marketing digital con la que, junto a un plan realizado por agencias de comunicación integral como ***another,*** han podido sacarle el máximo provecho para visibilizar un mensaje, producto o servicio.

En el marco del Día Internacional de las Redes Sociales, y basándonos en la relevancia global que hoy tienen, en la que más del 95% de las personas en el mundo las visitan, la pregunta que surge hoy es ¿Cuál es la función y el gran valor de las redes sociales en el marketing digital?

Hablando de forma general, el universo del social media tiene un alcance gigantesco en el mundo de la mercadotecnia y la comunicación estratégica. Gracias a las estrategias de redes sociales, junto con soluciones cruzadas de PR o contenidos, muchas marcas pueden lograr diversos objetivos entre los que destacan:

- Generación de *leads* o ventas.
- Mayor conexión con su base de clientes, obteniendo *awareness* o *branding*, dependiendo de lo que el cliente busque conseguir.
- *Engagement* entre cliente y audiencia.
- Comunicación más directa y eficaz con las comunidades para conocer opiniones y preguntas.
- Atención a clientes con el fin de recibir sugerencias.

"El éxito de la publicidad en redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, TikTok o Snapchat es innegable, sin embargo, es fundamental ser conscientes de que alcanzar buenos resultados no es sencillo pues requiere incluir dentro de una estrategia robusta, tácticos que igualen la vertiginosa velocidad en la que suceden las conversaciones en las plataformas, además de contar con bases sólidas como la correcta segmentación del target, así como la adecuada selección de plataformas y lenguaje a utilizar en cada una de ellas", aseguró Jesús Barreda, director Social Media en ***another***. Y es que cada red social es diversa y tiene diferentes públicos, por ejemplo, Snapchat o TikTok son canales usados en su mayoría por jóvenes de 16 a 24 años, mientras que Facebook es más universal y ha llegado a diversos sectores de la población en cuanto a su edad y poder adquisitivo. Por su parte, Pinterest es más usado por mujeres arriba de los 25 años, Twitter es la red social de adultos jóvenes y plataformas como LinkedIn son ideales para promover empresas B2B.

A partir de esta segmentación, se forman diversas maneras para hablar con las audiencias de cada red social. Por eso es tan importante saber manejar y dirigirse hacia las comunidades virtuales, porque de ahí es que los mensajes entrarán y contribuirán con los objetivos de venta, conversión o awareness. Para esto, se contempla la implementación de una estrategia de contenidos con un storyliving fuerte, en el que el cliente sea la parte central de la narrativa y sea partícipe de la campaña, sintiéndose identificado con sus mensajes.
Si sabemos conjuntar estos elementos a través de una estrategia profesional, los beneficios de social marketing, content y SEO para una marca serán rápidas y muy efectivas, mencionando las siguientes como las más importantes:

- **Tráfico web optimizado**. El uso de una buena estrategia en redes sociales es una excelente forma de atraer visitantes al sitio líder desde plataformas sociales ya conocidas como Facebook, Twitter, LinkedIn o TikTok.
- **Retorno de inversión (ROI)** Las redes sociales son herramientas de gran alcance y hacer marketing en ellas representa un costo mucho menor si lo comparamos con otros medios digitales y tradicionales. Además de ser más económicos, la segmentación que ofrece es específica y atinada, lo que nos permite llegar a nuestro mercado objetivo de manera más rápida haciendo que nuestra marca sea más relevante y la intención de compra sea mayor.
- **Construcción de marca.** Como marca, debemos ser capaces de atraer y satisfacer a nuestra audiencia de manera predecible y coherente, para generar empatía con nuestros consumidores. Una de las mejores maneras de hacerlo es ofreciendo contenido que los enriquezca tanto en el ámbito intelectual como emocional para construir una marca fuerte y positiva en la mente de nuestra audiencia.
- **Posicionamiento en los índices de búsqueda.** Más tráfico en un sitio resulta en una mejor reputación cuando los motores de búsqueda deciden hacer el trabajo de posicionamiento. Así mismo la actividad de nuestros perfiles sociales agrega valor a nuestra marca en el mundo digital.

El marketing en redes sociales es un elemento necesario para el crecimiento de una marca en la actualidad. Las redes dejaron de ser un mero instrumento de entretenimiento para transformarse en un brazo de impulso para cualquier estrategia Si tu marca aún no tiene estrategias de posicionamiento web, ahora es el momento de empezar.