



“¿Tu negocio no brilla en las redes sociales? Apunta estos tips y explota en el mundo digital

Ciudad de México a 5 de abril de 2022 .- En el mundo de hoy, donde casi todo se mueve a través de apariencias e imágenes, estar presente en las redes sociales tiene muchos significados: para la gente, es una forma de expresarse y mostrar una parte de su vida, pero lo que nos importa un poco más aquí es el papel fundamental y necesario de estas plataformas para el crecimiento de muchas empresas.

“Si tenemos en cuenta que las redes sociales se han convertido en el aliado principal de los negocios que ya adoptaron el panorama digital, ya que, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online, el 85% las usa para presentar y vender sus productos, es importante saber cómo aprovechar las facilidades que ofrecen las redes para colocar y publicitar en el marketplace o en una historia”. Apunta Pamela Aridjis, Brand Manager de Lalamove México y LATAM.

Facebook es la plataforma más importante en este sentido, con el 69% de uso por parte de los negocios, después está Instagram, con el 48%, y WhatsApp, con el 38%...la cuestión aquí es ¿Cómo sacar lo mejor de estas plataformas en pro de un negocio? Por aquí tenemos unos tips que, sin duda, te podrán ayudar a mejorar tu proyección dentro del mundo del *social media*, así que ¡Toma nota!

- **Cada red es única y debe tratarse como tal.** Mucho ojo al tratar de establecer el mismo contenido en todas las redes. Cuando usas de manera incorrecta los medios sociales puedes mostrar una imagen poco profesional. Cada red tiene un propósito y un tipo de público, por lo que cada una requiere un tipo específico de comportamiento y contenido. Antes de elegir, aprende estos detalles y tomarás mejores decisiones.
- **¿Cuál es tu objetivo?** Así como es importante distinguir el tipo de contenido para cada red, tu **Buyer Persona debe estar igual de identificado.** Recuerda que la conexión en las redes sociales debe ser auténtica, por lo que la mejor manera de lograr esto es conociendo detalladamente a tu público objetivo y, sobre todo, cómo se comporta en las redes. Cuando conoces a profundidad al consumidor, conectar con él es más sencillo, ya que sabes exactamente cuáles son sus problemas y cómo puedes ayudarle a resolverlos.
- **Marca el rumbo con una estrategia.** Nadie gana una competencia sin saber qué va a hacer, y lo mismo pasa en las redes sociales. No sólo subes fotos o videos de lo que quieres vender sin tener trazado un plan. Estar presente sin una estrategia es igual a conducir con los ojos vendados en un camino lleno de curvas...Es decir, te vas a estrellar, y de muy mala manera. En las redes, la organización es vital para la presencia de tu marca. Si no puedes establecerla por ti mismo, acude con profesionales.
- **Contenido, contenido everywhere.** En la era de la información, el contenido es tu mejor aliado para atraer posibles clientes. Sin embargo, cantidad no es lo mismo que calidad, y esto debes tenerlo muy en cuenta para generar resultados. Evita el contenido irrelevante y demasiado comercial. Si les das información de valor, la recompensa son *leads* o clientes y SIEMPRE haz un doble *check* antes de lanzar una publicación.



- **Utiliza un perfil de empresa.** Redes como Facebook e Instagram saben que su negocio es serio y grande, por eso ha separado los perfiles personales de los profesionales, de manera que cuando una persona encuentre la bio de tu negocio, pueda tener a mano toda la información que necesita y con un mejor orden.
- **Una imagen puede más que mil palabras.** Esta frase tan trillada, pero cierta, sigue siendo igual de efectiva. Tomar la foto perfecta no requiere mucho trabajo y te puede dar una gran ventaja sobre tu competencia. No necesitas más que un teléfono, un buen fondo y equipo básico como un anillo de luz. Incluso, si tienes dudas, siempre puedes recurrir a redes como Pinterest para tomar una idea de lo que necesitas.
- **La cereza del pastel: logística de última milla.** Digamos que ya tienes tu plan, tus contenidos y las imágenes que necesitas...entonces es momento de coronar tu estrategia en las redes sociales ofreciendo envíos inmediatos. Con esto no sólo das una imagen digital enteramente profesional, sino que también das un plus sobre tu competencia, a través de soluciones rápidas y seguras.

“Un punto clave para que la logística de última milla resulte esencial en una campaña digital es el de la experiencia de cliente. Tu pedido y tu venta pueden resultar todo un éxito en las redes, pero si el pedido llega en más de 5 días, va a ser complicado que tu página tenga menciones favorables, por ello, una solución para dar una experiencia óptima de principio a fin es contar con una plataforma de entregas inmediatas. La logística se vuelve un requisito para tus clientes, más cuando estamos acostumbradas a las cosas inmediatas. Nadie quiere esperar 5 días para recibir su producto. es muy importante generar reviews sobre tus productos y que la gente sepa”, comenta Pamela Aridjis, Brand Manager en Lalamove.

Al incluir un servicio de última milla en tu plan de redes sociales estás dando a tus clientes la tranquilidad de recibir un producto en la comodidad de su hogar el mismo día o con 24 horas de plazo, y tú, como empresario tendrás tiempo para seguir desarrollando tu negocio y con la posibilidad de automatizar tus envíos a través de APIS (plataformas que registran envíos de forma automática).

La facilidad y menores costos de implementación pueden facilitar el desarrollo digital de tu negocio. Lo importante es que pierdas el miedo y utilices las redes no sólo para publicar memes, sino para hacer de ellas una gran tienda virtual.

Contacto de prensa.

Paola Muñoz
another
paola.munoz@another.co
5563766677