CÓMO DEFINIR UNA EFECTIVA ESTRATEGIA DE BRANDING ONLINE

"No todas las Redes Sociales sirven para lo mismo, ni todas tu marca necesita presencia en todas ellas"

CRISTINA CASTELLANOS
Diseño Low Cost S.L.
www.disenolowcost.com

Es evidente que el mercado ha dado un giro de 360 grados a raíz del nuevo panorama online, y éste está ahora a merced de los medios sociales, si tu empresa no está en ellos no existe. Bien seas una marca global o un negocio pequeño geolocalizado, tu presencia en las Redes Sociales es ahora imprescindible para vender.

Pero cómo saber utilizar estas efectivas herramientas y por qué no es tarea fácil. No sirve de nada estar, es decir, podemos tener una plataforma web perfecta que cumple con todos los requisitos necesarios tanto gráficos como técnicos, podemos tener una *Fanpage* con una atractiva cabecera y una identidad visual impecable, pero sin visibilidad no te servirán de nada.

Empecemos por definir una efectiva estrategia de branding online que posicione a nuestra marca por encima de la competencia, ¿cómo?, a través de los usuarios, si les damos lo que piden no sólo pasarán a formar parte de nuestra "comunidad", si no que además actuarán de difusores de tu contenido de forma gratuita, haciendo que éste se haga viral sin apenas esfuerzo. Es lo que últimamente se ha denominado *Marketing de Guerrilla*.

Por eso antes de crear cualquier estrategia de branding hay que saber cuál es nuestro público objetivo y cuál es su modo de actuar. Una vez definido el público que consumirá tu marca obsérvale; ranking de edad, gustos, comportamiento, usos horarios... Todo está en la Red, y no sólo eso, si no que ahora además las Redes Sociales cuentan con efectivas herramientas de métrica que te facilitan los resultados sin esfuerzo alguno.

Pero ¿debe entonces tu marca estar en todas las Redes Sociales?, dependerá de varios factores, ya que no todas las Redes Sociales sirven para lo mismo, y sobre todo, cada una tiene un tipo de uso y usuario muy concreto. De eso se trata este manual, de averiguar en qué Red Social debe estar tu marca y por qué.

CEEI CASTELLÓN
CENTROS EUROPEOS DE EMPRESAS INNOVADORAS
GENERALITAT VALENCIANA
IVACE INSTITUTO VALENCIANO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

"Proyecto cofinanciado con los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-20120"