



Siigo

¿Vender por redes sociales?

Con esta guía vas a lograrlo

Las ventas por internet encontraron la manera de **revolucionar el mercado y la forma de consumo**. El boom de la **era digital**, la **facilidad de acceso a la web mediante dispositivos electrónicos y las redes sociales**, han dado origen a una de las más grandes estrategias de mercadeo. Esta revolución ha mejorado los resultados y optimizado las técnicas que usan los empresarios como tú, para la **comercialización y distribución de sus productos o servicios**.

Ya no es necesario llamar o ir de puerta en puerta para que conozcan tu producto, porque más del **90%** de las decisiones de compra que toma el cliente, se hacen a través del contenido publicado en las redes sociales. A través de la venta social puedes encontrar clientes potenciales y reinventar tu negocio.



Contenido

Pág.

03.

Las redes sociales y las pymes

04.

Vender por redes sociales

1. Atrae nuevos clientes potenciales

06.

2. Crea contenido de valor

3. Interactúa con las personas

4. Vende con llamada a la acción (CTA)

07.

Cómo utilizar las principales redes sociales para aumentar las ventas

Los secretos de Facebook

08.

Cómo vender por Instagram

09.

Vender por twitter: aplica estos consejos



Las redes sociales y las pymes



Las redes sociales garantizan a las pymes que el mensaje impacte realmente, ofreciendo una **segmentación de público muy completa** basada en intereses, actitudes y dispositivos; esto permite que los objetivos del negocio se alcancen con el presupuesto destinado a cada público.

Para ello es clave **establecer pruebas piloto** que determinen, lo que funciona o no, y qué se debe mejorar. Las redes sociales tienen eso de hacer que tu negocio crezca, se proyecte, se consolide y tu marca se amplíe llegando cada vez a más personas.



El incremento en el uso de redes sociales ha sido clave. Varios estudios apuntan a que **el 94% de los compradores B2B (de negocio a negocio) las utilizan en su proceso de investigación, para por lo menos la mitad de sus compras.**

En este sentido, **el 91% de los compradores B2B se encuentran activos en redes sociales y el 84% de los ejecutivos respaldan la compra por estos medios.** Además, el 75% de los compradores o clientes se encuentran altamente influenciados por la era digital, especialmente por lo que ven y consumen diariamente en las redes.

Vender por redes sociales

Ten en cuenta que la venta por redes sociales es un **proceso cuidadoso y consciente**. En él te comprometes a entablar una relación directa, cercana y cordial con tu cliente, además, de poner en marcha tu creatividad y empatía.

No se trata de publicar por publicar en las diferentes plataformas, sino de **seguir una serie de requisitos** que te permitirán potencializar tu negocio. Es como cuando aprendes a caminar; la venta social o **social selling** debe darse paso a paso.

Aprende a continuación lo que debes hacer:

1. Atrae nuevos clientes potenciales

A veces llamar la atención de nuevas personas puede parecer tedioso, porque acercarse siempre resulta complicado; sin embargo, piensa que entre más personas atraigas o te encuentren a diario, **mayor posibilidad tienes de aumentar el número de clientes potenciales** y por consiguiente tus ventas. La magia de las redes sociales está en que ese primer acercamiento es mucho más sencillo.

Ten en cuenta lo que te explicamos a continuación para que sepas cuál es la mejor manera de atraer nuevas personas:

01

Conoce a tu audiencia:

necesitas saber quiénes son ellos, dónde se encuentran, qué están buscando, cuáles son sus necesidades y cómo puedes ayudarlos con tu producto o servicio. *Para lograrlo:*

- ✓ Usa la información que Facebook te proporciona sobre sus usuarios.
- ✓ Acude a las encuestas que Instagram te permite crear a través de sus Stories.
- ✓ Observa el comportamiento de tus prospectos por el contenido que publican.

02

Reconoce qué redes sociales usan:

lo ideal es que sepas qué plataforma digital o red social es la más usada por tus prospectos y clientes, porque así será mucho más fácil vender.

De acuerdo con el perfil de tu cliente, así mismo es la red social que utiliza. Las principales redes son:



Red Social	Porcentaje de uso	Rango de edad
YouTube	95,7%	Hombres y mujeres entre 18 – 54 años
Facebook	93,6%	Hombres y mujeres entre 13 – 65 años
WhatsApp	100%	Total de hombres y mujeres
Instagram	82%	Hombres y mujeres entre 18 – 44 años
Twitter	59,2%	Hombres y mujeres entre 25 – 49 años
Tik Tok	100%	La mayoría de hombres y mujeres entre 15 – 55 años
LinkedIn	40%	Hombres y mujeres entre 25 – 55 años
Snapchat	30%	Hombres y mujeres entre 13 – 35 años

Cuando realizas un estudio concienzudo para conocer a tu audiencia, descubres cuáles son las redes sociales que más utilizan. Para lograr este conocimiento, puedes recurrir a estrategias como:

- ✓ Leer **estudios sobre tendencias en el uso de redes**, de acuerdo con el producto o servicio que ofreces.
- ✓ Crear **encuestas**.
- ✓ Analizar los comentarios y perfiles de los seguidores que tu empresa tiene en redes.
- ✓ Probar **cuáles post funcionan y cuáles no**, de acuerdo con el número de reacciones e interacciones que reciben. Esto lo puedes analizar con la herramienta **Google Analytics**.

Recuerda que en el marketing digital tú tienes la opción de acercarte y generar la primera interacción con tus clientes potenciales. Por eso debes volverte muy hábil en el manejo de las redes sociales, hasta que llegues a establecer, por ejemplo, **con qué periodicidad debes publicar y qué del contenido que produces es el que se consume más**.



¡IMPORTANTE!

Ten en cuenta que **NO todas las redes sirven para todos los negocios**. Dependiendo del **sector económico** en el que se encuentre tu emprendimiento, **unas funcionan mejor que otras**.

Aprende a manejar cada plataforma: Investiga sobre la red social o redes que vas a usar:

- ✓ Lee cuáles son sus políticas de uso.
- ✓ Qué es lo que más le gusta ver al público.
- ✓ Cuáles son las últimas actualizaciones y tendencias.

Con esta información podrás crear el perfil de tu empresa u optimizarlo, además de elaborar contenido de valor.

2. Crea contenido de valor

Crear **contenido de valor** que llame la atención de tu cliente, es la posibilidad de **conectar con él**, llevándolo a que se decida por ti. Pero no solo te enfoques en las ventas.

Es fundamental que te hagas notar a través de tus **redes sociales** y aportes valor en cada publicación que realices. Cuando creas contenido de valor entregas a tu cliente **información útil** que aporta a la **resolución de su necesidad** y le **brinda conocimiento extra**.

Como te contábamos anteriormente, no todo tiene que estar enfocado en publicar para vender.

El punto de equilibrio a la hora de realizar publicaciones, es 80% contenido de valor y 20% ventas.

Video en vivo Foto/video Sentimiento/actividad

Por eso es conveniente determinar a quién te vas a dirigir para que tu mensaje no se pierda como aguja en un pajar; decide cuál es el propósito de tu marca y cuéntalo, además de cómo esta ayuda a suplir las **necesidades de tu cliente**.

Una vez sepas qué comunicar, elije el formato con el que vas a captar la atención de tu audiencia, ese que resulta más **novedoso o de tendencia**: videos, fotos, blogs, reels o podcasts.

En resumen, **para crear contenido de valor debes:**

- ✓ Investigar
- ✓ Conocer a tu público
- ✓ Arriesgarte y apostar por cosas diferentes para crear
- ✓ Decidir cuál será tu formato o formatos de contenido

3. Interactúa con las personas

Una vez has atraído nuevas personas, es necesario que **interactúes** con ellas para generar una **relación de**

confianza mediante conversaciones directas como mensajes de texto, chats, notas de voz, y contestando comentarios y preguntas. Con esto vas a conseguir que tu prospecto y futuro cliente sienta que te interesas por él más allá de la venta. **El secreto es que lo involucres** en la creación del contenido que realizas y en tu marca. Por ejemplo:

- ✓ Realiza encuestas, test y preguntas.
- ✓ Comenta las publicaciones de tus seguidores y menciónalos en las tuyas.
- ✓ Envía mensajes directos.

En otras palabras, se hace necesario que crees una **conexión de confianza comercial con la persona, para que te elija y continúe comprando tu marca**.

4. Vende con llamada a la acción (CTA)

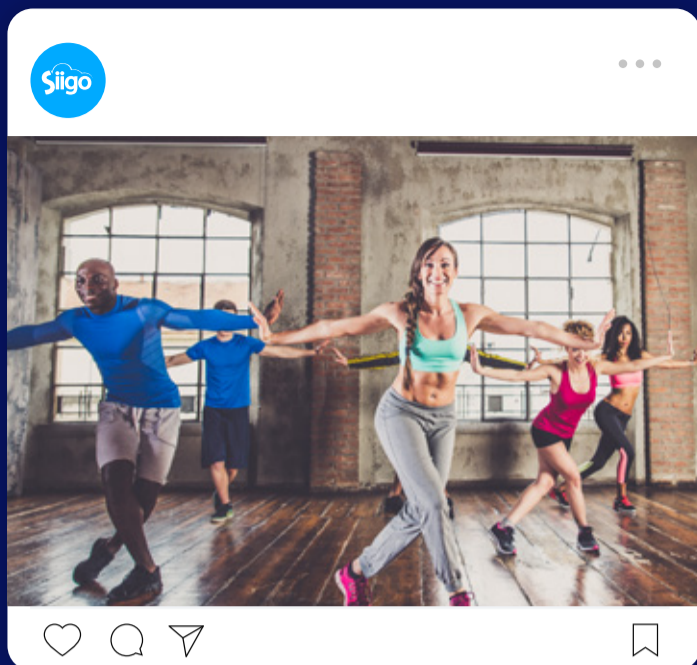
Dentro del contenido de valor que realices, enséñale a tu audiencia qué es lo que haces y cómo lo haces, **qué hace diferente tu producto o servicio y por qué sería buena idea obtenerlo**. De esta manera lo llevarás a que se decida por ti y efectúe la compra.

Ahora bien, en el contenido de ventas que publiques coloca siempre un **llamado a la acción o CTA** por sus siglas en inglés (Call to Action). El CTA le permite a tu cliente:

- ✓ Descargar un ebook
- ✓ Inscribirse a alguna capacitación que ofreces para conocer tu producto o servicio
- ✓ Dejar sus datos para obtener más información
- ✓ Ver tus ofertas
- ✓ Realizar la compra

Estos llamados a la acción deben ser lo suficientemente **claros y directos** para que la persona no se confunda o se encuentre con algo inesperado que le ocasione una mala experiencia de usuario. Además, en cada Call To Action, **explica los beneficios que ofreces**.





Por ejemplo:

Tienes una academia de baile y estás promocionando un servicio nuevo: la clase de danza contemporánea; entonces realizas una publicación con un reel de 30 segundos mostrando un performance y contando que tienes esta nueva clase. En la descripción de la publicación puedes poner un CTA que diga:

Armoniza tu cuerpo y mejora la calidad de tu respiración con la danza contemporánea. Haz clic en el link de la biografía y obtén más información.

Como ves, en el caso anterior estás dando a conocer los **beneficios que brinda tu servicio**. Además, estás invitando a tu prospecto o cliente a realizar una acción que le permitirá obtener mayor información para que se decida a **cerrar la venta**.

Cómo utilizar las principales redes sociales para aumentar las ventas



Te presentamos algunos de los secretos para vender en las principales redes sociales o, por lo menos, en esas que más se usan y donde mayor oportunidad de negocio tienes.

Los secretos de Facebook

Facebook funciona como una **herramienta comercial que da tráfico hacia diferentes lugares** como el sitio web de tu negocio, Facebook Messenger o WhatsApp, para generar conversación e incluso llevar tus clientes a tu negocio físico.

En otras palabras, **en Facebook no sucede la transacción**, pero sí el paso más importante: **la atracción, el contacto y la relación** con nuevas personas. Por eso es fundamental que tu perfil siempre tenga buena pinta y seas honesto con lo que publicas.

Estos son los principales secretos para que Facebook genere tráfico, que se convierta en clientes potenciales:

1. Crea una página de negocio o fan page

Lo ideal es que sea una fan page, porque si abres un perfil personal no tendrás todas las funcionalidades que Facebook ha creado para las empresas o negocios, incluyendo:

- **CTAS:** Botón de Call To Action o llamado a la acción.
- **Marketplace:** Funcionalidad de Facebook destinada para que las personas puedan ver, comprar o vender productos.

- **Anuncios:** Vídeos o fotografías con un mensaje llamativo para mostrar tu empresa, producto o servicio y con el que captas la atención de tu cliente.
- **Reseñas:** Comentarios que las personas realizan, dando a conocer su experiencia o nivel de satisfacción con tu servicio o producto, así como, mencionando tu negocio. Estas reseñas permiten que otros usuarios encuentren información sobre tu emprendimiento.

2. Haz que el usuario crea que necesita de tu producto o servicio

Muestra al usuario que su vida puede ser mucho mejor si utiliza tu producto o servicio. Esto lo logras a través de **contenido testimonial** o de **casos de éxito**, en donde presentas clientes felices que siguen eligiendo lo que les ofreces, a pesar de la competencia.

3. Crea comunidades

Haz un grupo que responda a tu target de cliente, en el que compartas contenido de valor relacionado con **temas afines a tu actividad comercial**; entre líneas vas dejando ver tu producto/servicio o mostrando tus casos de éxito.

4. Testea lo suficiente

El testear te va a dar la posibilidad de saber qué le interesa a tu cliente y **qué es eso que en definitiva no quiere** o a lo que no presta demasiada atención. Este secreto te ahorra el dinero y tiempo que inviertes intentando posicionar algo que a lo mejor no es del agrado de tu audiencia o que debería mostrarse de manera diferente para que impacte.

Para lograrlo, puedes basarte en los datos que arroja:

- Facebook Analytics
- Facebook Attribution
- Facebook Adds
- Pruebas A, B

Estas son herramientas dispuestas para el **testeo, medición, comportamiento y resultado** de las campañas comerciales que lanzas en Facebook para promocionar tu negocio.

5. Responde rápido

En la era digital vende quien contesta primero, pues el cliente nota mayor interés en esa persona, negocio o empresa. Una investigación de Facebook revela que **el usuario espera que una consulta sea resuelta en un tiempo aproximado de 40 minutos**. Por lo que, para el cierre de la venta, la velocidad y atención son factores clave. Esto lo logras automatizando las respuestas.



Cómo vender por Instagram

En los últimos años **Instagram ha tomado gran fuerza como herramienta digital de ventas**. Cada vez son más los empresarios que acuden a esta red social para dar a conocer su negocio y atraer un **buen flujo de seguidores que se convierten en clientes potenciales**.

Gracias al dinamismo y formato visual que maneja Instagram, se crea una **interacción en tiempo real con el cliente**, quien accede a los productos tan pronto los publicas. Te mencionamos a continuación algunos de los secretos mejor guardados de Instagram para que puedas sacar el mejor provecho a la plataforma.

Ponle onda a tu perfil

- Crea un **perfil empresarial** que te permita acceder a funcionalidades adicionales, con las que puedes **hacer seguimiento a las estadísticas** de tu negocio y el **comportamiento de tus publicaciones**. De esta manera sabes cuáles generan conversión y cierran ventas.

Algunas de las principales funcionalidades que maneja Instagram para tu empresa son:

Insights: sirve para conocer el comportamiento de tu empresa a través de estadísticas, que muestran información sobre:

- ✓ Quién te sigue
- ✓ En qué lugares tienes clientes
- ✓ Cuáles son las publicaciones que mejor acogida han tenido
- ✓ Métricas de actividad
- ✓ Impresiones por rango de edad y género
- ✓ Intereses de tus seguidores

Mensajería para empresas: te permite contestar chats automáticamente en tiempo real con una red de respuestas rápidas, posicionando a tus clientes en primer lugar para que les des prioridad.

Botones para comprar entradas y reservar: tu cliente puede comprar tu producto o reservar un servicio solo haciendo clic. Es una funcionalidad que puedes agregar a tus stories o publicaciones en el feed.

- Arma una **biografía atractiva y completa**, que brinde la información más relevante de tu marca. Usa también una versión simplificada de tu logo y el enlace de tu sitio web, para que los usuarios puedan acceder a tu producto.
- Crea **historias destacadas** de tus contenidos, ofertas, productos y testimonios.

Da a tus usuarios un canal de compra online

Crea una tienda online para que tus clientes puedan visitar y comprar tus productos. Es la manera más fácil para enganchar tu negocio a la web, ofreciendo diferentes **alternativas de pago, financiación y envío**. Así brindas confianza y logras la fidelización del cliente.

Tener una página web te permitirá activar una de las funcionalidades más importantes a la hora de vender por internet, que es el **Instagram Shopping**



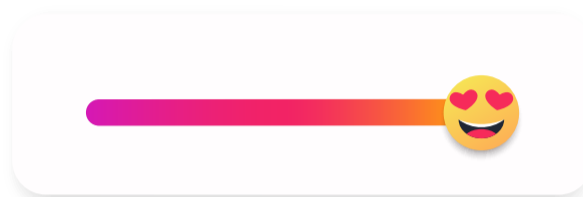
Marca tus productos con Instagram Shopping

Esta funcionalidad te permite poner etiqueta a los productos que publicas en tu feed y en tus stories, para que el usuario pueda **ver el precio en tiempo real** como si estuviera en la tienda física.

Difunde tu marca

Difunde el contenido que publicas para que llegue a más personas y tus ventas se incrementen. Puedes hacerlo a través de:

- ✓ Alianzas para que puedas difundir tu contenido sin gastar de más.
- ✓ Anuncios para que puedas incrementar tus ventas y captas la atención de tu público.
- ✓ Trabajar con influencers que recomienden tu producto y lo impulsen, acordando con ellos un pago o algún intercambio de productos por la difusión.



Vender por twitter: aplica estos consejos

Es verdad que vender por Twitter no resulta muy atractivo y puede parecer una tarea compleja porque describir tu servicio/producto en 280 caracteres es todo un reto.

Sin embargo, en el plan de promoción de algunas empresas se debe considerar Twitter dentro de su estrategia de ventas; esto **para que los clientes sientan cercanía, puedan dar a conocer la marca y compren constantemente**. Twitter ha creado herramientas que facilitan la comercialización digital. Te las presentamos a continuación:

TwtQpon: es una aplicación que te permite **crear cupones de ventas para Twitter**. Esta genera tres tipos de cupones en línea: **porcentaje en línea, el dinero de descuento en línea y producto en tiendas gratis**. Diseñalo en la app, una vez creado aparece en la red social y se notifica a tus seguidores de los artículos que estás vendiendo. Los usuarios deben twittear el enlace correspondiente al cupón para desbloquear el código de descuento. De inmediato se direcciona a la página de producto y allí se completa el proceso de compra.

Twitter Cards: son tarjetas de productos, utilizadas para promocionarlos y mostrar sus fotos, descripción de precios y demás detalles en un único tweet. Esto permite integridad en la venta, mejora tu visibilidad, e incrementa la interacción y las conversiones.

Es decir, estas tarjetas generan:

Atracción del cliente (interés por el producto/servicio)

Consideración (el cliente piensa en comprar tu producto o contratar tu servicio)

Venta (cierre del negocio)

Fidelización (luego de realizada la venta se debe cuidar al cliente)

Hashtags: Es una funcionalidad utilizada para enlazar tu cuenta de twitter con el **uso de palabras de tendencia** para mencionar tu producto, campaña o estrategia comercial. Estos hashtags permiten que cualquier tweet se destaque y facilitan el cerrar las ventas.



Ahora sabes cómo emprender y crecer a través de las redes sociales. Haz que tu negocio siga tomando fuerza, centralizando todas tus tareas con la implementación de un **software administrativo** que te permita optimizar tu gestión e impulsar tu negocio. **En Siigo tenemos los mejores planes para ti.**



Siigo

¿Vender por redes sociales?

Con esta guía vas a lograrlo