



P5-M12

Medios de comunicación social

Marketing y ventas

Para productos
alimenticios y bebidas
saludables

 **Interreg**
Atlantic Area
Region of Portugal, Galicia and Asturias



 **AH FES**

Contenidos

1

Estrategia de medios sociales 6

¿Quién, qué, cuándo, dónde y cómo?

2

¿Mi empresa necesita SoMe? 7

Es el nuevo - escaparate, expositor de fin de folleto promocional - Todo en uno

3

Las redes sociales en 5 pasos 9

Cree valor para su marca

Contenidos

4

Paso 1 Hacer un balance **10**

Investiga las 5 áreas de interés dentro del mundo de las redes sociales

5

Paso 2 Establecer objetivos **16**

Enumere los objetivos que desea alcanzar

6

Paso 3 Investiga a tu público **19**

Conozca a las personas con las que habla

Contenidos

7

Paso 4 Crear contenido

21

Crear buenos contenidos es la clave del éxito

8

Paso 5 Prueba y medición

23

Lo que funciona, lo que no.
Es un proceso continuo

9

Lecturas complementarias recomendadas 27

Hay muchas fuentes de información de calidad
sobre cómo maximizar su actividad en SoMe

SOCIAL MEDIA & YOU



Estrategia de medios sociales

El objetivo - Aumentar la concienciación y las ventas

¿Quién, qué, cuándo, dónde y cómo?

El Quién - Uso de plataformas de medios sociales y sitios web para promocionar un producto o servicio.

El Qué- Creación de "posts online" mediante el uso de imágenes, vídeos, comentarios, blogs y segmentos de información

El cuándo - Una presencia en línea constante, publicando estratégicamente, comprometiéndose e interactuando con su mercado

El dónde - Investiga los datos demográficos de las principales plataformas y publica en la plataforma que más se acerque a los personajes de tu mercado objetivo por gustos, edad, región e intereses

El cómo - Utilizar palabras clave, logotipos de marca, imágenes de alta resolución, vídeos y enlaces a otros contenidos o sitios web

Es el nuevo...
Escaparate.
Expositor de
final de pasillo
Folleto
promocional
todo en uno y
mucho más.

Does my business need a SoMe strategy?

.....**YES!!**



Facebook



Twitter



Instagram



Hay que empezar a pensar en el marketing en las redes sociales

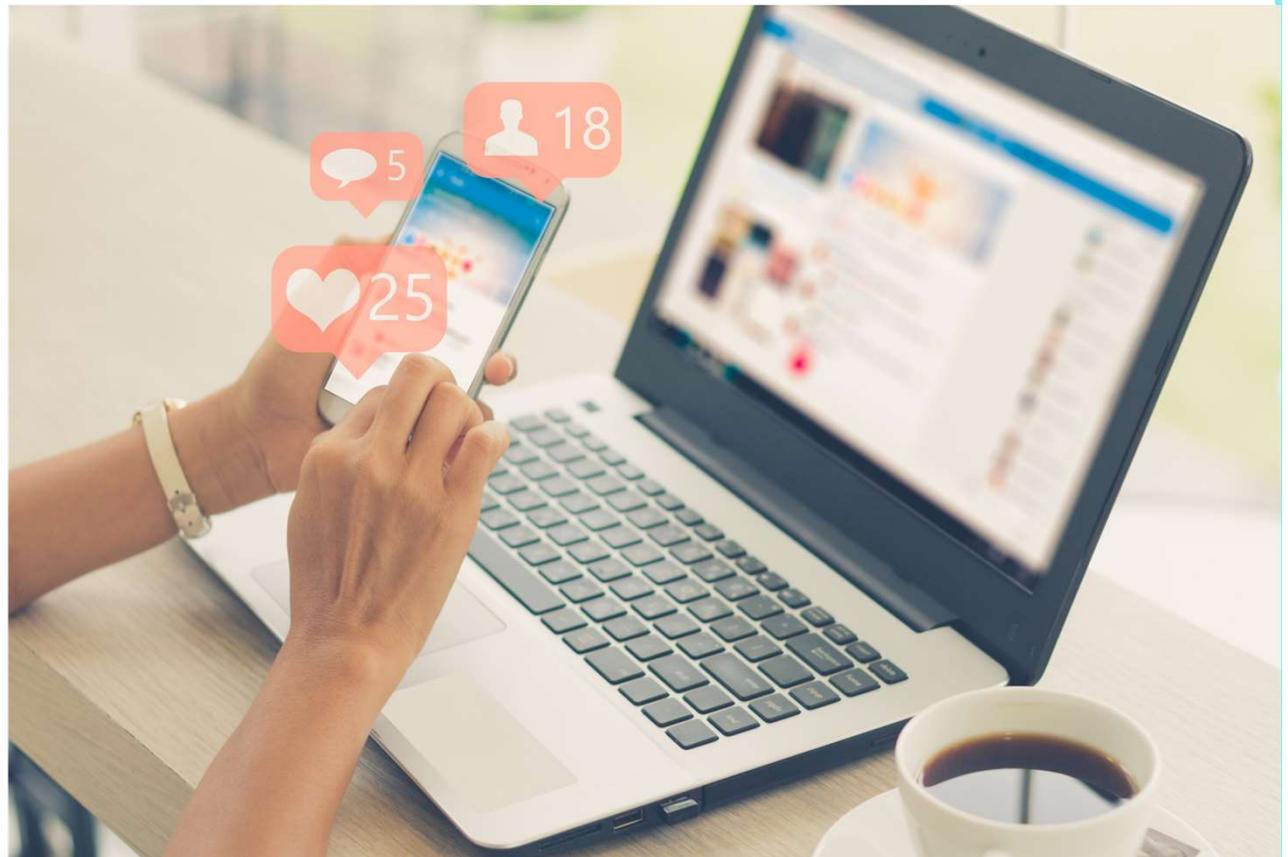
Por qué?

Porque tienes que estar donde tus clientes potenciales ya te están buscando

Porque las redes sociales siguen creciendo

Porque ninguna estrategia le sitúa por detrás de los competidores

Porque impulsa las decisiones de compra



Una estrategia de medios sociales en 5 pasos

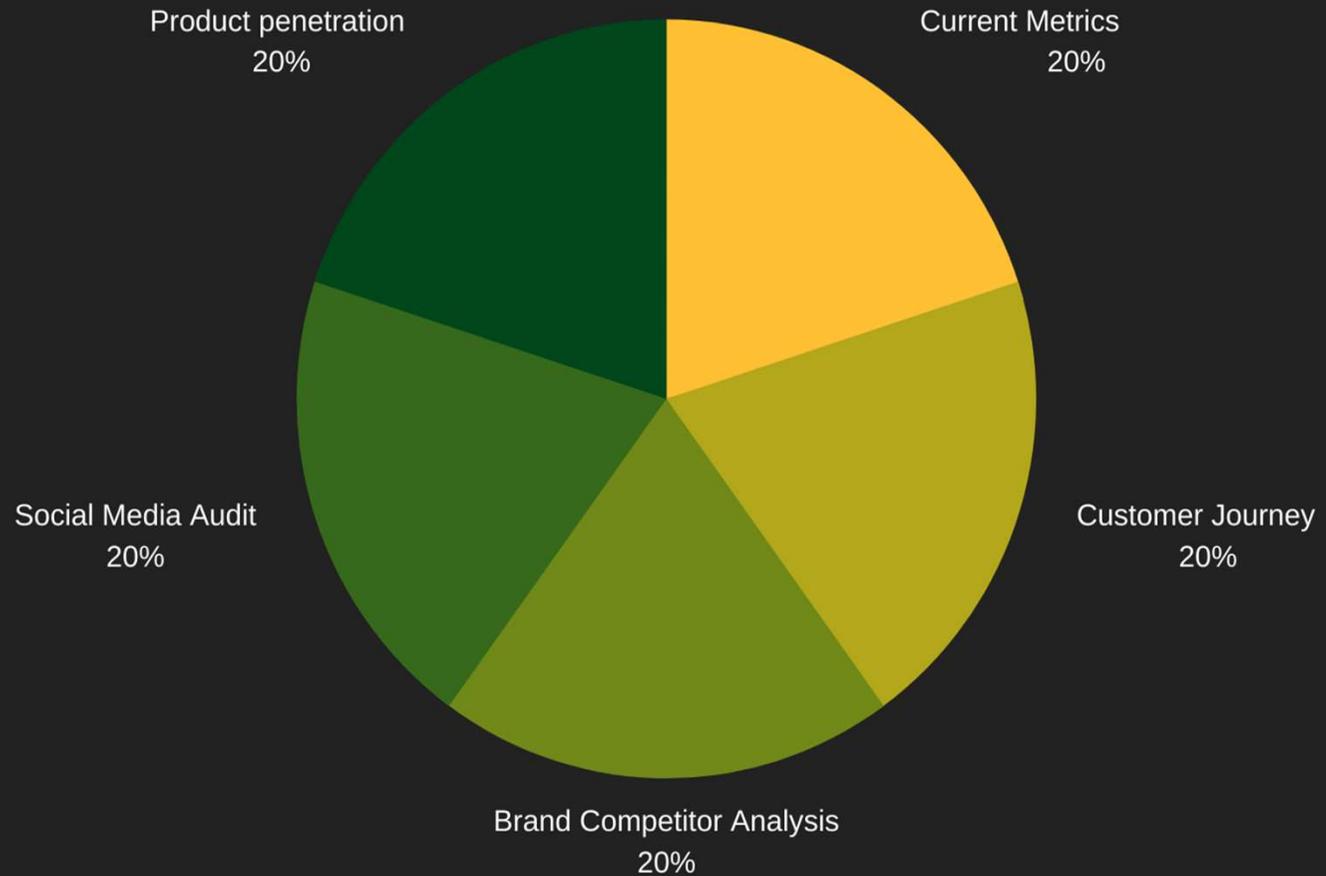
Cree valor para su marca

1. Análisis
2. Objetivos
3. Encuentre a su público
4. Crear contenido
5. Pruebe y mida



STEP 1 - TAKE STOCK - ANALYSIS

Investiga las 5 áreas de interés dentro del mundo de las redes sociales



Registrar y
medir los
aspectos
clave de la
actividad

Social Media Metrics

Brand
Mentions

Audience
Engagement

Brand Reach

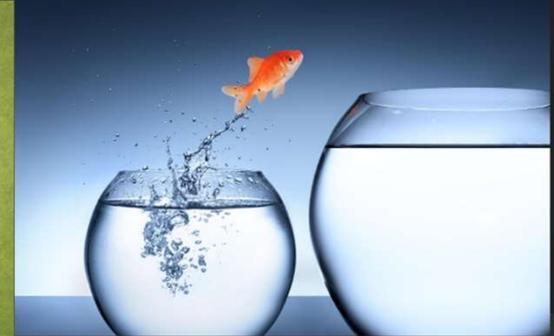
Participation



Take stock of



Una lista de ejemplo de las áreas que hay que mirar



Whats working

Metrics

Engagement
clicks, reactions,
video views

Whats not

Audience demographics

age, gender,
location

Improvement?

Referral traffic

Analytics, retweets,
pins, blog views etc

Growing your brands online presence



Customer Journey

Where does Social Media fit in?

Cuándo conocerán su producto?

Qué podría despertar su interés?

Qué les motivaría a comprar?

Análisis de la competencia

Identificar a los **competidores** en las redes sociales

- ¿En qué plataforma están?
- ¿Cómo las utilizan?
- ¿Con qué frecuencia publican?
- ¿Cuántos seguidores tienen?
- ¿Qué tipo de compromiso tienen?
- ¿Quién se relaciona con ellos?
- ¿Qué tipo de contenido comparten?



Social Media SWOT Analysis

Use tools such as Buzz Sumo, Sprout Social



Paso 2 - Establecer objetivos



Increase
Brand Awareness

Generate
Leads and Sales

Grow

Your Brands Followers

Increase
Community Engagement

Increase Website Traffic



- Brand perception
- What do you stand for?
- What sets you apart?
- What communication resonates with your audience?
- What style / content fits with your brand?
- Consistent across all Social Media



AIDA

El proceso de atracción

- 1.Llamar su atención
- 2.Estimular el interés
- 3.Desarrollar el deseo
- 4.Llamar a la acción



Conozca a su interlocutor

Step 3

Research Your Target Audience

Gather **Real World Data**
Find out who follows and who engages with you



Analysing existing social tools



Use data from your Audit



Look at website (Google) Analytics



Talk to customers



Use tools such as Buzz Sumo to research content



Create Audience Personas

Why ? & How to?

Who are they? Age, Gender

...

Interests - Desires

Where are they found online?

When are they online?

Why do they consume the content?

How they consume content?

How to use them?

Crear buenos contenidos es la clave del éxito

Step 4 Create Content for Your Target Audience

...

Tell your brand's story through your content

Which channels are you going to post on?

When are you going to post?

What type of content are you going to post?

How often are you going to post?

Create a Content Calendar

En cuanto a la publicación, ¿cuánto es suficiente?



Instagram

5-10 Posts

2 Weekly

Stories



Snap Chat

5-20 Posts



Facebook &
LinkedIn

8-15 Posts



Twitter

21-70 Posts



Pintrest

35-70 Post



Es un
proceso
continuo

Parte de
la nueva
normalidad

Step 5

Test and Measure

Trial and error

Use Templates

Be adoptable

Remember objectives

Monthly
reports with
weekly
monitoring

Evaluate
strategy after
one month and
content weekly

Establish
important metrics



Cómo medir su éxito

Social Media Metrics

**Increase
Brand Awareness**
Reach,
Views, Impressions, Engagement

Grow Your Brands Followers
Increase in followers on Social
Channels, Likes, Follows

Generate Leads and Sales
Number of leads and sales
from Social Media enquiries

Increase Community Engagement
Use Google Analytics to track
visits to your website

Cómo
evaluar
SUS
actividades

Analyze



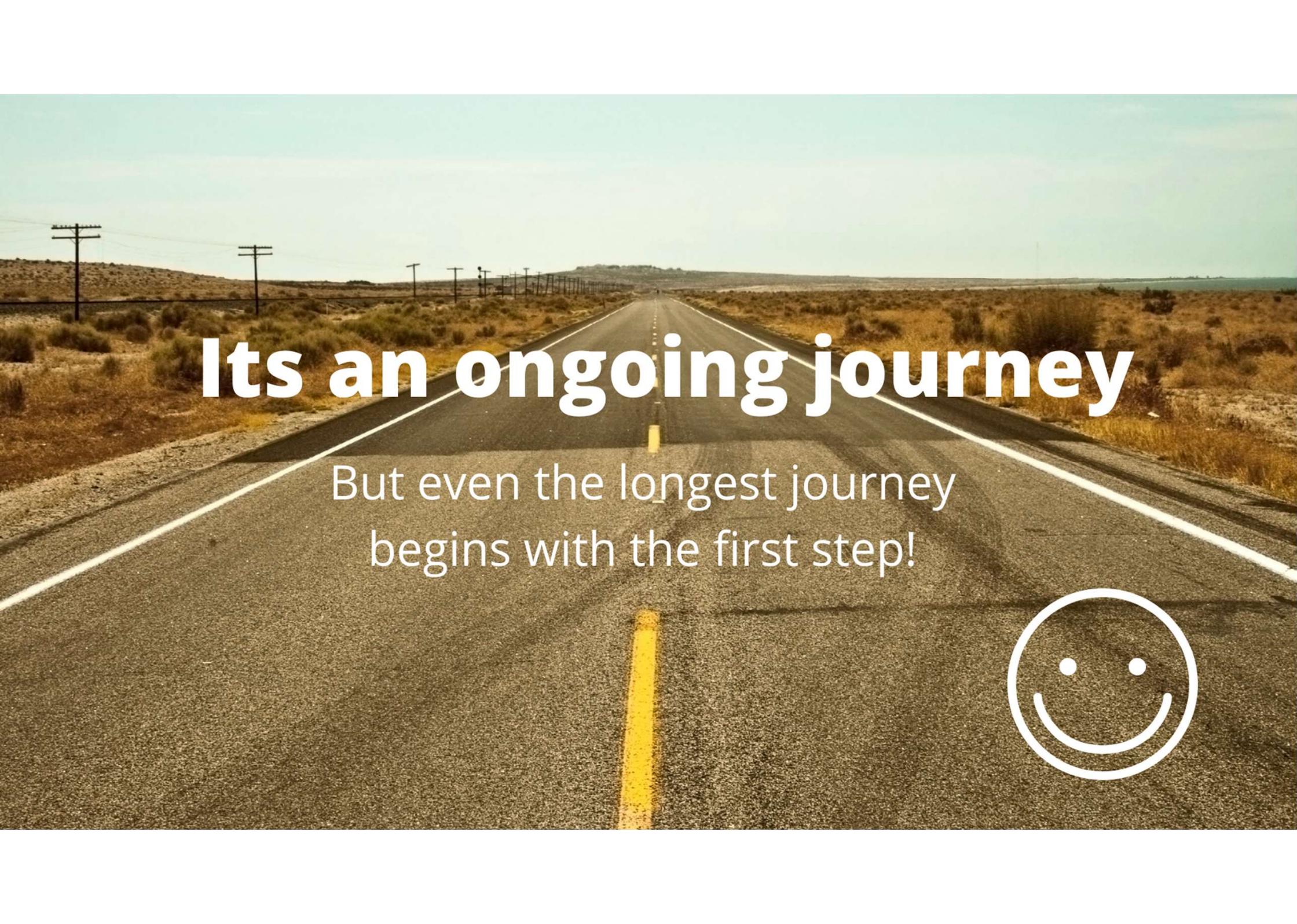
the metrics, ask questions such as

How do these compare to metrics from our Social- Media audit?

Are they what you predicted?

How do they compare to competitors or related - products?

What can you do better? and - Do you need help?



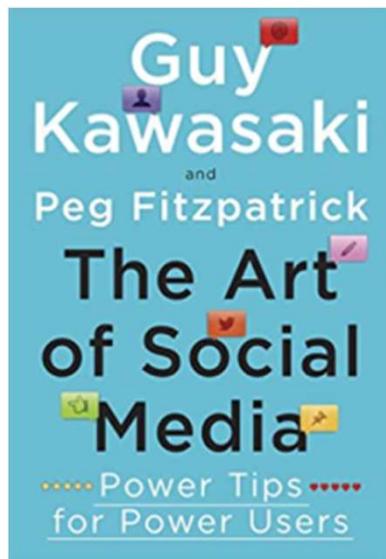
Its an ongoing journey

But even the longest journey
begins with the first step!



Recommended Further Reading

There are plenty of sources of good information on how to maximise your SoMe activity





This project is co-financed by the
European Regional Development Fund
through the Interreg Atlantic Area Programme





We hope that you have found this training module a useful and helpful support to your healthy food and drink innovation.

This training module is one of a number of training opportunities, organised into themed training programmes to support SME's (small & medium sized enterprises) in the participating regions of Wales, Northern Ireland, Ireland, Spain, Portugal and France to successfully bring new and reformulated healthy food and drink products to market.

The training was created by the partners within the AHFES project which is a quadruple helix Atlantic area healthy food eco-system for the growth of SME's funded by the European Union under the Interreg Atlantic Area Funding Programme.

This programme promotes transnational cooperation among 36 Atlantic regions of 5 European countries and co-finances cooperation projects in the fields of Innovation & Competitiveness, Resource Efficiency, Territorial Risks Management, Biodiversity and Natural & Cultural Assets.

For more information about other training available [please click here](#).

Acknowledgements

This is where you **give credit to** the ones who are part of this project.

Did you like the resources on this **template**? Get them for **free** at our other websites.

Presentation template by [Slidesgo](#)

Icons by [Flaticon](#)

Images & infographics by [Freepik](#)