

En la actualidad, uno de los principales objetivos de las empresas, es conseguir la mayor influencia posible dentro de la Sociedad Digital "Sociedad 2.0". Es decir: "Crear branding".

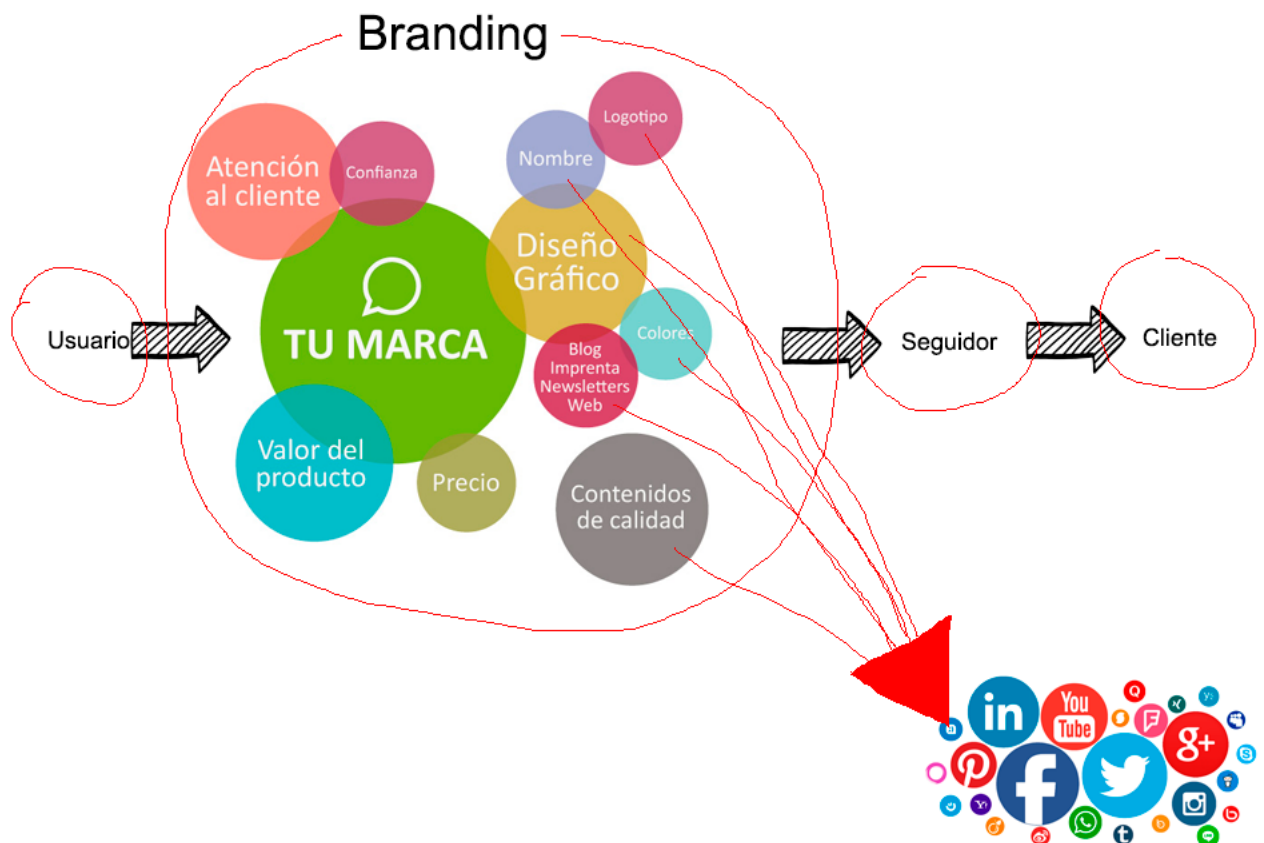
¡La empresa que no tiene una buena disposición y presencia en la RED, simplemente no existe!

Tener presencia corporativa en la Sociedad Digital, mediante Redes Sociales (RRSS), puede materializarse desde diferentes niveles de implicación. El nivel más elemental y al mismo tiempo, más empleado, es disponer de perfil/página en Facebook (FB), Twitter (TW) y en Google Plus (G+).

La razón de ser de las RRSS es hacer que los usuarios se conviertan en seguidores y formen parte de la marca, al tiempo que reciben de esta, información de valor añadido. Por lo tanto, es muy conveniente además, disponer de un blog, donde se traten temas interesantes, sugerentes y atractivos para el usuario, relacionados con la marca.

La estrategia de la empresa valiéndose de las RRSS, se puede resumir en:

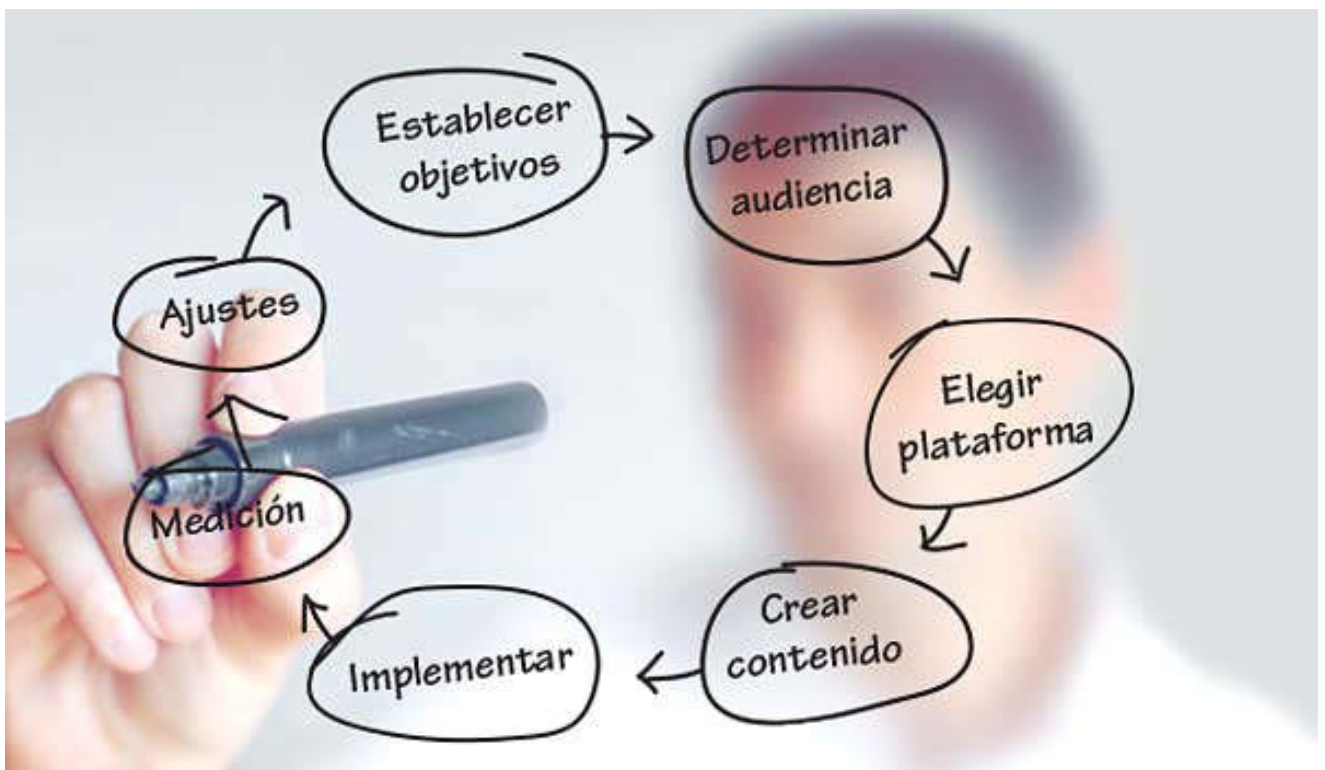
Usuario → Branding → Conversión a seguidor → Conversión a cliente



Evidentemente, este esquema variará en función de las características de la marca y del plan de RRSS que se establezca, que normalmente estará englobado de un plan de marketing general.

Lo primero que debe hacerse es establecer unos objetivos posibles y realizables, y para ello, se elige las plataformas en las que tener presencia y los contenidos que publicarán en ellas. Una vez elegidas, se implementarán dichas plataformas.

¡Es un ciclo sin fin!



Una buena elección de plataformas y contenidos, bien estructurados, implementados y mantenidos a lo largo del tiempo, generarán una **sinergia** determinante a la hora de crecer en influencia y posicionar la marca en INTERNET, consiguiendo a corto/medio plazo la conversión **usuario → seguidor/cliente**



¿Qué es el Pack-RRSS+Blog?

Para facilitar la implementación de RRSS a las empresas, SiiNet, a creado un paquete integral (*Pack-RRSS+Blog*), que como su nombre indica, comprende todo lo necesario para la presencia de la empresa en la Sociedad 2.0: plan inicial, diseño, creación, puesta en marcha y mantenimiento de los perfiles/páginas sociales más comunes, + un blog corporativo.

¡Tendrás en la plantilla de tu empresa un “*Community Manager*” a un precio asequible!

¿Cuánto vale?

El *Pack-RRSS+Blog* tiene un coste de:

- Desarrollo y creación de los perfiles/páginas en FB, TW y G+, más el blog: **300 €**
 - Cada Red Social adicional (YouTube, Instagram, LinkedIn, etc.): **50 €**
- Gestión de contenidos y administración: **200 € / mes**
 - Cada Red Social adicional (YouTube, Instagram, LinkedIn, etc.): **30 € /mes**

(1) Incluye una jornada técnica presencial, o un tutorial en PDF (a preferencia del cliente), en la que se explica la razón de ser e importancia de la presencia empresarial en las RRSS.

(2) Es muy importante disponer previamente de una imagen corporativa profesional. La imagen visual es uno de los medios prioritarios que más utilizan las empresas para transmitir y manifestar su identidad ante el público. En el caso de no disponer de ella, podemos hacértela nosotros.

- Diseño y creación del manual de imagen corporativa: **300 €**
 - Más adelante se explica con detalle este servicio

(3) La función de un “*Community Manager*”, objeto de este servicio, es gestionar los contenidos de las diferentes redes sociales y cumplir con el plan de medios establecido. **¡No entra entre sus cometidos generar contenidos!**, labor más propia de un “*Social Media*”.

(4) Las entradas programadas estándar, serán como máximo:

- Blog: 1 artículo semanal
- FB y G+: 2 entradas / día (solo días lectivos, salvo excepciones muy concretas.)
- TW: 4 entradas / día (solo días lectivos, salvo excepciones muy concretas.)
 - Esta periodicidad, está pensada para un total aproximado de 20h / mes
 - Cualquier otra política de contenidos personalizada, se analizará y presupuestará aparte

(5) A todos estos precios, hay que incrementarles el I.V.A. correspondiente

¿Cómo empezamos?

Lo primero que haremos, será poner en marcha un plan de medios a partir de unos criterios corporativos, analizaremos la imagen corporativa, objetivos, medios en los que tiene y no tiene presencia la empresa, S.E.O., políticas de contenidos, estrategias a seguir y fijar el evento de inauguración.

Posteriormente se diseñaran los perfiles y páginas en los diferentes canales y se creará e implementará toda la estructura del blog y su diseño.

Por último en la fecha fijada para la inauguración, se estrenan todos los canales y el blog, creando una interacción entre todos ellos mediante las publicaciones correspondientes.

¿Qué hacemos pasado el tiempo fijado para medir objetivos?

Con las mediciones pertinentes, se evaluarán las estrategias empleadas y los objetivos alcanzados, para ajustar las actuaciones futuras.

¿En qué consiste la imagen corporativa?

La identidad corporativa de una empresa o marca, es el conjunto de atributos y valores que toda empresa o persona, posee: su personalidad, su espíritu, esa imagen que la hará identificarse y diferenciarse de los demás.

¿Quién no reconoce la manzana de Apple, el caballo de Ferrari o las hojas rayadas de Adidas? y estos sólo son unos pocos ejemplos de la importancia que tiene un buen diseño y un buen desarrollo de ese diseño.

El Manual de Identidad corporativa

Esta imagen, la recogeremos en el Manual de Identidad Corporativa, que se convertirá en la guía que marca y define las pautas de la creación, el desarrollo y aplicaciones de la imagen corporativa.

El Manual de Identidad Corporativa, constituye una herramienta fundamental para el manejo de las directrices de la empresa. En él se define la construcción de la imagen de marca: logotipo, isotipo, lema... Las proporciones, los colores, las tipografías, las distintas versiones y las adaptaciones a los distintos soportes, y se marcarán reglas de uso obligado.

El desarrollo del manual, es fundamental para la correcta aplicación de una Identidad Corporativa. Una identidad corporativa bien realizada no es un simple logotipo. Es necesario mantener una

coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza; folletos, papelería, páginas web, etc.

La identidad corporativa de una empresa es su carta de presentación, su cara frente al público.

¡No deberías tomarla a la ligera!