

Guía para vender en redes sociales

Beginners guide





Según una investigación realizada por eMarketer.com, más de tres mil millones de personas utilizan las redes sociales al menos una vez al mes, lo cual representa un enorme potencial para los comerciantes.

Las redes sociales llegan al 70% de todos los usuarios de Internet en todo el mundo y con las tecnologías que cada vez van creciendo y mejorando en los mercados emergentes, su alcance e importancia continúa en aumentando.

¿Has pensado en dar prioridad a las redes sociales en tu plan de marketing y ventas?

Temas principales:

Los pilares de la venta social	4
Vender en Facebook	5
Tres maneras de vender en Facebook	5
1. En el Facebook Marketplace	5
2. En tu propia tienda de Facebook	5
3. A través de los botones de compra	5
Consejos para ganar clientes en Facebook	6
Usar anuncios	6
Usar videos	6
Target Ads	6
Marketing a través de los motores de búsqueda	6
Comercio social en Instagram	7
Cómo crear un perfil atractivo de negocios en Instagram	7
Anuncios de Instagram	7
Usar imágenes	8
Utiliza enlaces de productos en los Stories de Instagram	8
Marketing para influencers	9



Los pilares de la venta social

El éxito del comercio en redes sociales depende de las fuertes conexiones con y entre los clientes. Los altos niveles de compromiso de los clientes con tu marca, se traduce en más ventas. Los siguientes aspectos son claves para crear una base firme para la venta en redes sociales:

- ✓ **Participación activa del cliente**
(por ejemplo, a través de comentarios, " me gusta" y otras acciones, etc.)
- ✓ **Integración directa del cliente en el diseño y desarrollo de los productos**
- ✓ **Una conexión personal y una buena comunicación entre los clientes, el boca a boca a través de Internet, chats o aplicaciones son particularmente importantes**
- ✓ **Una compenetración entre el cliente y la marca**

Vender en Facebook

Con más de 2 400 millones de usuarios activos mensualmente en todo el mundo, el alcance potencial de las herramientas de marketing de Facebook es enorme. Ya sea que busques hacer networking, compartir contenido o vender tus productos mediante diferentes métodos de venta que se adaptan a diferentes negocios. Las oportunidades están ahí, tú eliges.

Tres maneras de vender en Facebook

Facebook es más conocida como una plataforma para mantenerse en contacto con los amigos y familiares, pero es mucho más que eso. Más allá de las posibilidades de generar conexiones, los minoristas pueden vender sus productos a través de **F-commerce** (abreviatura de comercio de Facebook) fácil y rápidamente. Si tienes un negocio, existen tres maneras de vender tus productos a través de Facebook:

1. En el Facebook Marketplace

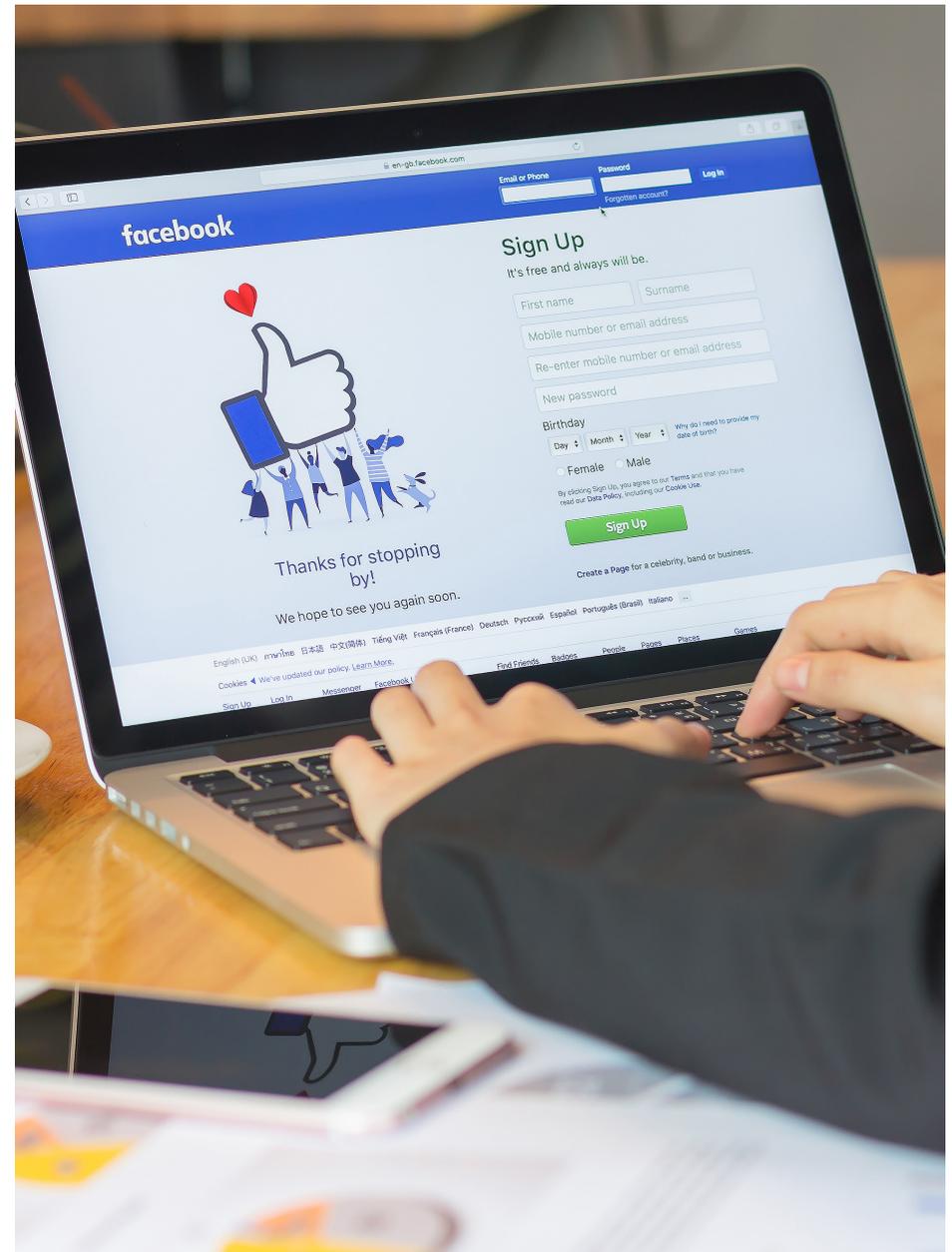
Facebook Marketplace ofrece una plataforma para descubrir, comprar y vender artículos. En dónde los clientes potenciales pueden regatear, lo que aumenta significativamente las posibilidades de hacer una venta.

2. En tu propia tienda de Facebook

Con una **tienda de Facebook**, es posible mostrar tu cartera de productos con fotos, textos y vídeos. Esta opción es relativamente nueva, y funciona de manera similar a Amazon o Etsy. La plataforma muestra imágenes de un producto, así como videos, descripciones de texto y comentarios de los clientes. Sin embargo, estas críticas sólo pueden ser enviadas para la propia tienda y no para los productos individuales.

3. A través de los botones de compra

Los **botones de compra** conducen a los clientes a tu página web o tienda online. Integrar un botón de compra es la forma más rápida de hacer una venta. Cuando hayas puesto un enlace en Facebook también podrás rastrear y evaluar el tráfico de usuarios que este genera. Además de añadir un botón en tu propio perfil, también es una buena idea enlazar el botón cuando con publicaciones realizadas en el canal de tu negocio.





Usar videos

La mayoría de la gente está muy orientada visualmente, por lo que los videos tienen un gran potencial para la comercialización dirigida y la venta de productos en Facebook. Otros dos canales que son muy adecuados para el contenido de video son Instagram y Pinterest. Aunque los canales múltiples también significan más trabajo, a menudo se puede duplicar el contenido. Recuerda que la mayoría de la gente ve los videos sin sonido, así que intenta añadir subtítulos a tu contenido.

Target Ads

Los anuncios de [retargeting](#) suelen ser rentables, pues es más probable que las personas que ya han mostrado interés en su negocio con anterioridad realicen una compra a diferencia de aquellas que ven tus productos por primera vez. Otra forma de dirigirse a tu público actual puede ser el uso de las audiencias personalizadas de Facebook.

Consejos para ganar clientes en Facebook

Vender en Facebook es particularmente efectivo si puedes llegar a tu grupo objetivo de forma orgánica. De esta manera, puedes maximizar tus ventas sin demasiado esfuerzo o gasto; sin embargo, es posible complementar tus campañas orgánicas con publicidad de pago. Los siguientes consejos para la gestión de tu tienda y página web te ayudarán a lograr el éxito a largo plazo del eCommerce.

Usar anuncios

Solo los clientes potenciales con un interés real harán clic o realizarán una compra. Los anuncios de clientes potenciales son una forma eficaz de recopilar datos de clientes potenciales que puedan estar realmente interesados en tu negocio. Cuando un espectador hace clic en tu anuncio principal, se muestra un formulario de contacto previamente rellenado que te será enviado. Puedes encontrar más información [aquí](#).

Marketing a través de los motores de búsqueda

Con las campañas publicitarias de Google y Facebook funcionando en paralelo, así como los anuncios de los clientes potenciales, alcanzarás tu objetivo de ventas en poco tiempo, pero ten en cuenta que este proceso puede resultar caro.

Por otro lado, la optimización de los motores de búsqueda (SEO) no tiene coste alguno. Con SEO, los visitantes serán dirigidos a tu tienda de Facebook, tienda online o página web a través de los resultados en los motores de búsqueda. El SEO también puede ser una excelente opción en combinación con el marketing en Instagram, ya que muchos hashtags de Instagram suelen ser términos de búsqueda relevantes o palabras clave de Google. Encuentra más información sobre el marketing en motores de búsqueda [aquí](#).



Comercio social en Instagram

De Acuerdo con sus propios datos, la aplicación para compartir fotos y vídeos de Instagram tiene más de **1 000 millones** de usuarios en **todo el mundo**. La aplicación ha evolucionado para incluir capacidades extendidas de Storytelling usando Instagram Stories, e incluso es posible transmitir eventos en vivo. Las herramientas publicitarias más populares de Instagram incluyen anuncios de compras, anuncios de Stories, anuncios de vídeo y anuncios de carrusel deslizante. Instagram es bien conocida por su **marketing de influencer** que atrae predominantemente a gente más joven; el 60% de sus usuarios tienen entre 18 y 24 años.

Cómo crear un perfil atractivo de negocios en Instagram

Antes de empezar a vender en Instagram, tienes que asegurarte de que el perfil de tu negocio cuenta con todo lo que necesita. Esto se puede hacer en unos simples pasos:

- Añade una foto: dale ese toque profesional a cuenta con una foto de perfil o un logo que **atraiga y conecte con tu público objetivo**. La imagen debe ser totalmente visible y debe coincidir con el marketing de tu página web o tienda online.
- Optimiza tu biografía de Instagram: una biografía exitosa refleja la identidad de la marca y atrae la atención de los clientes en el menor número de palabras posible.
- Proporciona un enlace a una tienda o página web online: las empresas sólo pueden compartir un enlace en su perfil de Instagram existentes. Las marcas deben asegurarse de que tu enlace funciona y de que se realiza un seguimiento de la URL para medir cuántos visitantes se generan en Instagram.

Recuerda, Instagram es una plataforma visual, así que invierte tus recursos en el desarrollo de contenido innovador y crea tu propio estilo teniendo en cuenta la coherencia.

Anuncios de Instagram

Los anuncios de Instagram son el siguiente paso. Los anuncios en Instagram permiten a las marcas **llegar a un público más amplio**, independientemente de la cantidad de imágenes o vídeos que hayan compartido. En otras palabras, no es necesario ser el usuario más activo de Instagram para publicar un anuncio en el sitio. Dependiendo del formato de la publicidad, los anuncios de Instagram aparecerán intercalados entre los Stories de tus contactos. Todos los anuncios están claramente marcados como "patrocinados".

Los anuncios pueden ser usados para aumentar los seguidores y los likes de un perfil. También es posible **generar ventas directas** usando los anuncios de Instagram. Imágenes de productos simples pero atractivas junto con una buena narrativa, enlaza al cliente con una página de aterrizaje de un producto puede generar transacciones más rápidas.

Al igual que otros anuncios en línea establecidos (por ejemplo, los anuncios de Google), los anuncios de Instagram pueden ser personalizados y actualizados continuamente. Las funciones comerciales que ofrece Instagram proporcionan todos los datos relevantes para optimizar los anuncios.

Usar imágenes

El uso de imágenes es una gran manera de llamar la atención de los clientes ya que más del 90% de la información que llega a nuestros cerebros es visual. Añadiendo movimiento



y sonido se puede generar una impresión aún más duradera. Por eso los videos tienden a superar a las imágenes. Según los propios datos de Instagram, los usuarios pasan más tiempo viendo videos en Stories que en el clásico muro. Así que recuerda que el texto juega un papel menor en la venta por instagram.

Utiliza enlaces de productos en los Stories de Instagram

Las Stories son uno de los formatos más populares entre los Instagrammers, en parte porque sólo son visibles durante 24 horas y luego desaparecen. Si el contenido es atractivo, divertido, emocional o informativo, los clientes pueden incluso ver un anuncio varias veces. Esto

hace que las Stories de Instagram sean muy adecuadas para generar ventas directas, en particular para productos de **tendencia, aplicaciones, juegos, y ofertas especiales**.

Aunque sólo puedes tener un enlace en tu biografía de Instagram, también puedes incluir en cada Story un **enlace externo a una tienda o página web**.

Esto también permite a las marcas hacer un seguimiento de un enlace de producto y con ello medir el éxito de un Story de Instagram y el volumen de clientes dirigidos a sus páginas web. Los resultados pueden ser utilizados para mejorar futuras campañas. El seguimiento y la actualización periódica de los anuncios de Instagram es la clave del éxito comercial a largo plazo en la plataforma.

Marketing para influencers

Los influencers son básicamente personalidades que se han establecido como líderes de opinión en línea. Cuando un influencer da consejos y recomendaciones sobre productos, servicios o marcas, los fans y seguidores escuchan. Confían en el juicio de su modelo de conducta y están ansiosos por imitarlos en todo lo que puedan. Esto puede tener un efecto profundo, a menudo subconsciente, en el comportamiento del consumidor.

Los números hablan por sí mismos: el **45,4%** de los seguidores de las personas influyentes dijeron que probaron algo que fue recomendado por un influencer, mientras que otro **26,9%** dijo haber realizado **una compra después de ver un anuncio**.

Después de estos útiles consejos ya estás listo para empezar a vender en redes sociales. Recuerda que centrarse en aumentar el compromiso de tus cliente con la marca es la base de cualquier estrategia de comercio social de éxito. El uso de contenido visual es una gran apoyo para llamar la atención de la gente; así que no olvides incluir imágenes y videos en tu publicidad siempre que sea posible. Finalmente, revisa constantemente el desempeño de tus publicaciones y anuncios. Las redes sociales cambian constantemente, así que tienes procura ser flexible y receptivo para adaptarte tanto a ellas como a tus consumidores. ¿A qué esperas?

¡Empieza hoy mismo!

<https://www.ionos.es/>

<https://www.facebook.com/ionos.espana/>

https://twitter.com/ionos_es

<https://www.youtube.com/user/1and1es>

<https://www.linkedin.com/company/ionos/>

