

Cinco ideas para posicionar emprendimientos en redes sociales en el 2023

El posicionamiento en **redes sociales** será uno de los factores que definan el éxito de un negocio emergente para este 2023 y lo que resta de la década. Ello tomando en consideración que la atención es el activo más valioso para el emprendedor de hoy, que se caracteriza por ser nómada digital y un estudioso de la nueva tecnología.

Los negocios independientes, innovadores y disruptivos cada vez más están haciendo que empresarios jóvenes prosperen en distintos sectores. Para este 2023 se espera que la tendencia vaya aumentando a medida que varias startups y emprendimientos empiecen a tomar forma. No obstante, un mayor volumen significaría una mayor competencia, por lo que las marcas hoy en día buscan como prioridad la diferenciación.

Cristian Arens, influencer y creador de contenido especialista en finanzas personales, encuentra que el éxito de una buena exposición de marca se debe a la honestidad y la transparencia con la que se dirige a su público. Social Media nos presenta un abanico de herramientas que nos permitirá llegar a más público por diferentes caminos.

“El que solo está en una red social, no existe. La amplia cantidad de contenidos a los que estamos expuestos diariamente hace que nuestro nivel de retención disminuya. Hay que pensar más en distribuir que en crear, pues un solo mensaje puede

impactar por cinco canales diferentes al mismo tiempo y de distintas maneras. Esto hará que nuevos públicos se acerquen y estén dispuestos en ser fidelizados por la marca”, señaló.

Para Gino Santoro, Head Digital Content Manager de Brainstorming, estas son las cinco ideas principales que un emprendedor debe tener en su mente al momento de generar exposición en **redes sociales** para su negocio.

1. Elegir una red principal

Siempre debemos pensar en un canal principal para poder elevar la credibilidad de nuestro negocio dependiendo del tipo del rubro en el que se encuentre. El contenido que se crea debe ser a base de la plataforma y como se mueve el público en ella. Esto determinará la frecuencia, la longitud y la estética de los mismos lanzamientos que se hagan.

2. Short-Form Content

La mayoría de las plataformas cuentan ahora con formatos de video corto. Uno debe pensar en economizar sus contenidos, pues es mucho más fácil elaborar algo extenso y dividirlo en varias partes que serán distribuidas a lo largo de un periodo determinado. El podcast es un buen ejemplo para ello, porque lo puedes dosificar al acortar momentos claves de un audio o video de bastantes minutos.

3. Ser uno más en internet

Una marca exitosa que sobresale en redes sociales no piensa como una, piensa como persona. El público valora a una empresa que interactúa con ellos más allá de responder comentarios. El reto ahora es encontrar formas creativas de incentivar una conversación o debate entretenido para que la audiencia lo sienta natural.

4. Horarios para postear

No hay uno fijo. El tiempo perfecto para publicar es siempre. No hay una hora específica donde haya más tráfico universalmente. Los negocios tienen la misión de estudiar el comportamiento de su público en **redes sociales** y de ahí poco a poco descomprimir una tendencia.

Una publicación de un restaurante funciona mejor al mediodía en donde los potenciales clientes estén buscando opciones para comer y la de una discoteca en la noche cerca al fin de semana. Siempre se debe hacer un testing constante del movimiento de **redes sociales**, pues este fluctúa de forma muy rápida.

5. Influencer-Marketing

Elevar el perfil de negocio consiste en ganar seguidores dentro de la plataformas. El influencer es una gran herramienta para ello, pero el más caro, o el más popular inclusive, no necesariamente será el más efectivo. Basta una persona dentro de una comunidad pequeña que está ligada con varios valores y propósitos de tu marca para que el ratio de

conversiones sea mayor. Cuando hay un interés mutuo de ambas partes, el Storytelling fluirá de forma más dinámica.

Muchos al empezar un emprendimiento buscan estar en redes sociales por cumplir una especie de cuota empresarial cuando se debería pensar en optimizarlas como herramientas para penetrar el mercado. En 2023 estas son las ideas más relevantes para que las pequeñas marcas poco a poco encuentren ese diferencial que las hará escalar a un crecimiento más vasto.