

Redes sociales: Tendencias que harán crecer su negocio

Actualmente, las redes sociales se han convertido para muchos en una forma de entretenimiento, y para otros se han vuelto su medio de trabajo, puesto que son una de las principales herramientas de marketing y ventas que utilizan las empresas para hacer crecer sus negocios.

Tanto es el impacto de las redes sociales, que, a nivel mundial, el 58,4% de la población usa estas redes, es decir, 4,62 billones de personas y cada usuario accede a ellas un promedio de 2,27 horas diariamente, algo que aprovechan las compañías para llegar a su público.

Usuarios de redes sociales en América Latina

En América Latina, redes sociales como Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Twitter constituyen fuentes clave de noticias e información. Chile, Uruguay y Argentina fueron los países con el mayor porcentaje de usuarios de redes sociales sobre el total de la población, de acuerdo a los datos de Statista a enero de 2022.

Mientras que, en Colombia, destinan alrededor de 3 horas y 46 minutos por día al uso de RRSS, similar a Brasil con 3 horas y 41 minutos, ligeramente superior a Argentina con 3 horas y 26 minutos, México 3 horas y 20 minutos.

Perú, con 1 hora y 19 minutos y Ecuador con 1 hora y 18 minutos al día, siendo Facebook la red más popular entre los ecuatorianos, según un estudio de Hootsuite.

Es por esto, que las empresas y organizaciones han encontrado a su público objetivo en redes sociales, teniendo en cuenta los gustos de cada quien, ya que, por estos canales se propicia una oportunidad para acercarse a ellos.

Por lo tanto, Guillermo Carrillo, docente del Máster Universitario en Marketing Digital y Análisis de Datos de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) menciona cuál es el impacto de algunas tendencias en los negocios en redes sociales:

1. Modelos de conversión sin cookies

Las campañas de marketing online permiten impactar a los consumidores con mensajes relevantes, donde estén navegando y en el momento que corresponda a su ciclo de compra. La implementación de normativas que regulen la privacidad, implica restricciones de cookies en los navegadores y es necesario obtener de los usuarios su consentimiento expreso para guardar los datos.

Por lo tanto, la forma de tener una buena base de datos es ofreciendo información valiosa al usuario: consejos, preguntas a respuestas habituales, contenido exclusivo, ofertas

especiales; a cambio de que el consumidor comparta más datos.

2. Aplicaciones móviles

El tiempo de uso del móvil sigue creciendo, al igual que el uso de aplicaciones, sectores como: las comidas a domicilio, los juegos, el aprendizaje online, el entretenimiento y el comercio electrónico son los que experimentan mayor crecimiento.

Cada vez más, los usuarios demandan controlar su proceso de compraventa en donde estén, disponer de información en tiempo real, esto hace que sea imperativa la presencia de dispositivos móviles y el diseño de aplicaciones.

3. Contenido en videos

La popularidad del marketing de contenidos se ha disparado en los últimos años. Algunas redes sociales han orientado su evolución a compartir videos entre los usuarios, no solo YouTube o Tik Tok, también Facebook e Instagram facilitan la distribución de videos, incluso la priorizan para las campañas de anuncios.

El 74% de los profesionales de marketing dicen que los videos son los que más atraen a los usuarios en las redes sociales.

4. Digital Storytelling o narrativa digital

Se entiende como el arte de contar historias mediante medios digitales, consiste en captar la atención de tu público a través de una historia.

5. Automatización y confianza

Puede ayudar a las empresas a ser más eficaces programando acciones repetitivas o utilizando un chatbot para atender las necesidades de los usuarios. Cuando la relación entre una marca y sus clientes se basa en la confianza, es más fácil que los usuarios estén dispuestos a compartir su información personal.

6. La última tendencia es que no hay tendencia

Esto nos obliga a estar cerca y monitorear todos los días a nuestros consumidores o clientes actuales y potenciales.

Así mismo, las redes sociales más utilizadas por los emprendedores son: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn y Pinterest, pero cada negocio utiliza una cierta constelación específica para propulsar su negocio y ofrecer a sus clientes el contenido que necesitan.

Quienes recientemente empiezan en este mundo virtual, deben

tener en cuenta los siguientes aspectos para elegir la red social adecuada para su negocio:

- Ubicar dónde se encuentra tu cliente ideal: este punto es el más importante para cualquier estrategia de social media, no todos consumimos las historias y la información de la misma manera
- Considerar el costo de cada red social
- Tener listo un plan o estrategia
- Aumentar la presencia en RRSS según el crecimiento de equipo y recursos

Una vez definida la red social, es fundamental desarrollar contenidos que tengan el propósito de educar, convencer, inspirar o entretener eligiendo el formato adecuado que acompañe la comunicación.

Para el experto de VIU, “los contenidos deben ser específicos y personalizados, y responder a las necesidades de los usuarios, debemos desarrollarlos multicanales, para diversificarse a través de distintos medios, no solo las redes sociales. Si nuestros contenidos logran ser relevantes y útiles, podremos fidelizar al usuario y convertirlo en un cliente”.

Finalmente, si desea emprender en redes sociales, su principal fin debe ser el de trabajar en medios digitales de forma coordinada con una estrategia general de marketing, aprovechando el potencial de las TIC, las herramientas de internet y las redes, para alcanzar los objetivos generales de marketing y ventas.

