



Si aún no has dado con la estrategia justa para que el tráfico de tu tienda aumente gracias a tus campañas de redes sociales, este artículo te será de gran ayuda.

Si necesitas que tus ventas se eleven, ganar seguidores, sumar likes e interacciones, así como también lograr que instagramers hablen de tu producto, deberás crear una base sólida tanto en tu tienda virtual como en tus redes sociales.

La Nube te propone comenzar gratis el periodo de prueba hoy mismo y disponer de servicios altamente profesionales y competitivos en el mundo del marketing digital > <https://lanube.cloud/registrarse>.

Comenzamos con esta guía práctica para que puedas aplicar conceptos importantísimos del mundo del marketing digital a tu tienda.

Marketing en redes sociales

El marketing en redes sociales se basa en adaptar tus perfiles sociales, unificarlos y llevar campañas publicitarias dirigidas a cada audiencia. El fin es dar a conocer tu marca en diferentes aristas y generar un perfil humano para conectar con tu nicho y empoderar tu marca.

Cuanto más éxito tengas en tus campañas de redes sociales, mayor será el tráfico en tu tienda virtual y en consecuencia lograrás un elevado posicionamiento web y aumento de ventas.

Es muy importante crear una comunidad para los usuarios de tus redes sociales, y verlos como personas, no como número de ventas. Humanizar tu marca será clave para fidelizar clientes.

Generar contenido de calidad y fomentar diálogos y opiniones te hará estar conectado con ellos y visualizar el perfil de tu público objetivo, sus características y necesidades.

Esto es lo que te hará diferenciarte y generar una comunidad de personas que recomendarán tu marca.

Características de las redes sociales

- Facebook e Instagram

Facebook se ha transformado en una red social importantísima para compartir contenido. Vincular tu tienda online aquí te sumará muchos beneficios.

Esta red social te permite subir links, videos, fotos, y crear campañas de publicidad con su extensión Facebook Ads.

Ofrece muchas posibilidades, entre ellas vender de forma directa tus productos y dialogar con tus

clientes.

Instagram pertenece a Facebook y en estos últimos años ha crecido considerablemente. Su fuerte son las fotografías y videos.

Puedes subir imágenes de calidad, contar historias con carruseles, crear videos de larga duración en formato IGTV y en formato reel. Subir historias y generarlas como destacadas.

Los usuarios de Instagram son muy activos para realizar comentarios, guardar publicaciones interesantes, y generar leads. Pon el ojo en que el contenido que subas sea variado y de calidad. Tomate un tiempo para crearlo.

La utilización de hashtag y las etiquetas a tus imágenes favorece notablemente al posicionamiento web.

Los influencers también son claves en esta red social. Contacta a alguien especializado en tu nicho para que hable sobre algún aspecto de tu marca o promocióne tu producto. Es una muy buena estrategia.

- **Pinterest**

Pinterest es una red social relativamente nueva perfecta para promocionar productos. También se destaca por su contenido visual y fotográfico. Recomendamos que pongas el ojo en subir contenido de calidad y sean inspiradores para los usuarios que pasan a verte.

Esta red social es un canal genial para promocionar tus productos.

- **Twitter**

Twitter es una red social muy utilizada a nivel mundial. Las tiendas online suelen aplicarlo para dialogar con los clientes y resolver dudas concretas. Lo particular de Twitter es que solo te permite escribir hasta 280 caracteres, por ello recomendamos usar acortadores de links para enlazar tus anuncios o novedades.

- **LinkedIn**

LinkedIn es la red social dedicada exclusivamente al trabajo, aquí puedes proporcionar información sobre tu tienda, describir el sector en el cual trabajas, publicar tus ofertas de trabajo y hacer post para vender tus productos.

Permite publicitar a través de LinkedIn Ads, y segmentar tu audiencia.

- **YouTube**

YouTube es una red social muy poderosa instalada hace años en el mundo digital. Cada vez es más grande. Los usuarios buscan videos, tutoriales y contenido ocioso.

Tener tu propio canal de YouTube te dará posicionamiento frente a tu competencia. Podrás subir videos de larga duración y te permite obtener likes y dislikes de los usuarios, así como también interactuar con ellos y lograr que se suscriban a tu canal.

Gestión de las redes sociales

Una vez hecho el recorrido por todas las redes sociales y sus características llega el momento de ponernos en acción.

En el que caso de seas tú mismo el que lleves las redes sociales sin la ayuda de un Community Manager, será necesario tener en claro algunos aspectos a la hora de encarar una campaña de marketing digital.

Estrategia de publicación.

Es fundamental que planifiques qué es lo que vas a publicar, cuándo y de qué manera. Elaborar un plan de contenido te dará perspectiva para planear objetivos a corto, mediano y largo plazo y hacer las respectivas evaluaciones para corregirlas, en caso de detectar alguna falla en el camino.

Contenido de interés.

Como ya dijimos antes, generar contenidos de interés como tutoriales, sorteos, videos con instagramers, infografías, será fundamental para elevar tus seguidores e interactuar con ellos.

Recuerda que hay miles de formas de acercarse a los usuarios y cada red social es fuerte en determinado contenido. No olvides que tus clientes existen para que los potencies y los hagas sentir identificado con tu marca.

Programa tus publicaciones, crea campañas publicitarias y analiza los resultados.

Seguidores, ¡allá vamos!

No existe una fórmula mágica para elevar el número de seguidores, lo que sí te podemos recomendar es la creación de contenido creativo y original adecuado al perfil de tu audiencia.

Existen tres elementos a tener en cuenta a la hora de crear una publicación.

- Escoger el momento en que los usuarios están más activos en cada red social.
- Escribir de forma correcta. Un texto persuasivo, con el vocabulario adecuado marcará la diferencia
- Contenido de calidad. Acompaña el texto con imágenes, videos o flyers profesionales.

Herramientas creativas complementarias

Programa con Buffer

Buffer es una plataforma que permite planificar y programar todas las publicaciones de tus redes sociales. De esta forma llevarás un trabajo organizado y una vez programado el contenido podrás dedicarte a otras tareas.

Diseña con Canva

Si no has adquirido conocimientos sobre diseño, no puedes en este momento contratar a un diseñador para que lleve a cabo la imagen de tu marca, te recomendamos utilizar Canva.

Canva es una plataforma digital en donde puedes crear diseños a partir de plantillas profesionales y personalizadas en cada rubro. Ofrece todos los formatos de redes sociales y más.

Además de flyers para feed e historias, puedes subir videos e incluir el diseño que necesites.

Es gratuita, pero si optas por el modo pago Canva Pro podrás disfrutar de todos sus beneficios.

Vende con Facebook Store.

Esta herramienta te permite vender, por medio de historias, tus productos en Facebook.

Es muy fácil e intuitiva de utilizar y es un canal directo entre tu marca y el cliente. Además, si lo vinculas en tu tienda de La Nube los productos se actualizarán cada vez que los subas a tu tienda.

Te recomendamos que pruebes estas herramientas, te ayudarán a llevar tu marca de forma integral y organizada.

Mejorarás el contenido de tus redes sociales para aumentar el tráfico y elevar las ventas.

Cuando pienses en tu marca recuerda que es un todo, y cada elemento que la integre la potenciará día a día.