



Emprende con Redes Sociales

1. Que es una Red Social en Internet

- **Breve explicación de lo que es una Red Social en Internet**

“Una red social es una estructura social compuesta de personas (organizaciones u otras entidades), las cuales están conectadas por uno o varios tipo de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes, intercambios económicos, relaciones o que comparten creencias, conocimiento o prestigio ” Wikipedia Una Red Social

2. Evolución de las Redes Sociales

- **Las Redes Sociales en el día a día de los usuarios**

“La penetración en redes sociales está alcanzando su madurez. Casi 8 de cada 10 internautas de entre 18 y 55 años utilizan redes sociales.”

- **Frecuencia del Uso de Redes en España**

El aumento del número de redes sociales y la accesibilidad móvil convierten a las redes sociales en una cotidianidad.

3. Redes Sociales más conocidas

- **Facebook, Twitter, Tuenti, Google+, Pinterest ...**

Cantidad de Usuarios, Visitas/Mes, tiempo pasado en la Red, usuario por sexo y edad

- **Resumen de la Evolución de las RRSS**

¿Existe estancamiento en redes sociales?

¿Cómo evoluciona el resto de redes?

¿Para qué se utilizan las redes sociales?



4. La importancia de estar visible en las Redes Sociales

- **El Nuevo Consumidor**
- **Marketing tradicional versus Marketing en la Web 2.0;**

“Nadie sabe de todo. Todos sabemos algo. Todo el conocimiento reside en las Redes” Paul Pierre Lévy sociólogo y filósofo

http://es.wikipedia.org/wiki/Pierre_L%C3%A9vy

5. Las Redes Sociales con la finalidad de crear una comunidad

Una comunidad es una Red Social pero una Red Social no es una Comunidad. Para que una red social se pueda considerar comunidad tiene que existir afinidades entre sus miembros, o sea tiene que existir un sentimiento compartido.

En resumen la Publicidad en las redes sociales: “No trata de anunciarse, sino de relacionarse.” Estrategia Digital de Pere Rosales

6. Costes y Beneficios de una Red Social

Beneficios más importantes:

- Conocer mejor a sus consumidores (se habla sin intermediarios);
- Incrementa la capacidad de transmisión del mensaje de la empresa;
- Ahorro en costes de todas las comunicaciones de la empresa, desde el marketing y las promociones, hasta la atención al cliente, etc.
- Fideliza a los clientes en torno a la marca (son ellos que nos acercan no nosotros)
- Aporta y nos requiere transparencia lo que nos traerá más credibilidad en el mercado.

Costes más importantes:

- Recursos humanos
- Tecnología
- Otros costes



6. Marca Personal

- **¿Qué es una marca personal?**

Lo que nos hace únicos y destacables:

- ✓ Lo que soy
- ✓ Lo que hago
- ✓ Lo que digo
- ✓ Donde y con quien estoy

- **Aspectos básicos necesarios para crear una Marca personal**

La Web 2.0, como herramienta para crear tu marca

Razones por las que trabajar tu marca personal

Cómo hacer una campaña exitosa de personal

Branding

Pasos a seguir para construir una marca

Personal

Interconectar todos los perfiles de marca

Personal

7. Casos de Éxitos

Emotions 3.0