

<https://redessociales.webmarketing-mx.com/servicio-a-todas-las-ciudades-de-mexico/>

Todas las [redes sociales](#) de Knob. Los medios de comunicación social son un término colectivo que designa los sitios web y las aplicaciones que se centran en la comunicación, las aportaciones de la comunidad, la interacción, el intercambio de contenidos y la colaboración. Los foros, los microblogging, las redes sociales, los marcadores sociales, la conservación social y los wikis se encuentran entre los diferentes tipos de medios sociales.

Muchas personas utilizan los medios de comunicación social para mantenerse en contacto e interactuar con amigos y familiares, mientras que otras los utilizan para comunicarse con diferentes comunidades. Muchas empresas utilizarán los medios sociales como una forma de comercializar y promover sus productos. Además, los sitios web de empresa a consumidor (B2C) incluyen componentes sociales, como campos de comentarios para los usuarios. Se han creado otros instrumentos para ayudar a rastrear el número de menciones y la percepción de la marca.

Los medios sociales se han hecho más grandes y accesibles gracias al acceso a las aplicaciones móviles, con algunos ejemplos de medios sociales como Twitter, Facebook, LinkedIn.

Aplicaciones empresariales de los medios sociales

En los negocios, los medios sociales se utilizan para comercializar productos, promover marcas, conectar con los clientes actuales y fomentar nuevos negocios. En cuanto a la retroalimentación de los clientes, los medios sociales facilitan el contar a una empresa y a todos los demás sobre sus experiencias con esa empresa, ya sea que esas experiencias sean buenas o malas. La empresa también puede responder muy rápidamente a los comentarios tanto positivos como negativos, atender a los problemas de los clientes y mantener, recuperar o reconstruir la confianza de los clientes.

Los medios de comunicación social también se utilizan a menudo para el crowdsourcing. Los clientes pueden utilizar los sitios de redes sociales para ofrecer ideas para futuros productos o mejoras de los actuales. En los proyectos de tecnología de la información, el crowdsourcing suele consistir en la combinación de servicios empresariales y de tecnología de la información de una mezcla de proveedores internos y externos, a veces con aportaciones de los clientes y/o del público en general.

Otras aplicaciones B2B de los medios sociales incluyen:

Análisis de medios sociales - la práctica de recopilar datos de blogs y sitios web de medios sociales y analizar esos datos para tomar decisiones de negocios. El uso más común de la analítica de medios sociales es extraer el sentimiento del cliente para apoyar las actividades de marketing y servicio al cliente.

Mercadeo de medios sociales (SMM) - aprovecha las redes sociales para ayudar a una compañía a incrementar la exposición de su marca y ampliar el alcance de sus clientes. El objetivo suele ser crear un contenido lo suficientemente convincente como para que los usuarios lo compartan con sus redes sociales. Uno de los componentes clave del SMM es la optimización de los medios sociales (SMO). Al igual que la optimización de los motores

de búsqueda (SEO), SMO es una estrategia para atraer nuevos y únicos visitantes a un sitio web. La SMO puede hacerse de dos maneras: añadiendo enlaces de medios sociales a los contenidos, como los canales RSS y los botones para compartir, o promoviendo la actividad a través de los medios sociales mediante actualizaciones de estado, tweets o entradas de blog.

Social CRM (marketing de relación con el cliente) - puede ser una poderosa herramienta de negocios. Por ejemplo, el establecimiento de una página en Facebook permite que a las personas a las que les gusta una marca les guste su página, lo que crea vías de comunicación, marketing y creación de redes. A través de los sitios de medios sociales, un usuario puede seguir las conversaciones sobre una marca para obtener datos de mercado en tiempo real y retroalimentación.

Las redes sociales empresariales permiten a una empresa conectar a personas que comparten intereses o actividades comerciales similares. Internamente, las herramientas sociales pueden ayudar a los empleados a acceder a la información y los recursos que necesitan para trabajar juntos de manera eficaz y resolver los problemas empresariales. Externamente, las plataformas públicas de medios sociales ayudan a una organización a mantenerse cerca de sus clientes y facilitan la realización de investigaciones que pueden utilizar para mejorar los procesos y operaciones comerciales.

Desafíos de los medios sociales B2B

La integración de los medios de comunicación social en el mundo de los negocios también puede plantear problemas. Las políticas de los medios sociales están diseñadas para establecer expectativas de comportamiento apropiado y asegurar que los puestos de trabajo de un empleado no expongan a la compañía a problemas legales o a la vergüenza pública. Esas políticas incluyen directrices sobre cuándo un empleado debe identificarse como representante de la empresa en un sitio web de redes sociales, así como normas sobre los tipos de información que pueden compartirse.

Tipos de medios sociales

Aquí hay algunos ejemplos de plataformas populares de medios sociales:

Facebook es un popular sitio web de redes sociales gratuitas que permite a los usuarios registrados crear perfiles, subir fotos y vídeos, enviar mensajes y mantenerse en contacto con amigos, familiares y colegas.

Twitter es un servicio gratuito de microblogging que permite a los miembros registrados difundir mensajes cortos llamados tweets. Los miembros de Twitter pueden difundir tweets y seguir los tweets de otros usuarios utilizando múltiples plataformas y dispositivos.

Wikipedia es una enciclopedia en línea de contenido libre y abierto creada gracias al esfuerzo de colaboración de una comunidad de usuarios conocida como Wikipedistas. Cualquier persona registrada en el sitio puede crear un artículo para su publicación; sin embargo, no es necesario registrarse para editar artículos. Wikipedia fue fundada en enero de 2001.

LinkedIn es un sitio de redes sociales diseñado específicamente para la comunidad empresarial. El objetivo del sitio es permitir a los miembros registrados establecer y documentar redes de personas que conocen y en las que confían profesionalmente.

Reddit es un sitio web de noticias sociales y un foro donde las historias son socialmente curadas y promovidas por los miembros del sitio. El sitio está compuesto por cientos de subcomunidades, conocidas como "subreddits". Cada subreddit tiene un tema específico como la tecnología, la política o la música. Los miembros del sitio Reddit, también conocidos como "redditors", envían contenido que luego es votado por otros miembros. El objetivo es enviar historias bien consideradas a la parte superior de la página del hilo principal del sitio.

Pinterest es un sitio web de curaduría social para compartir y categorizar las imágenes que se encuentran en línea. Pinterest requiere descripciones breves, pero el enfoque principal del sitio es visual. Al hacer clic en una imagen, el usuario será llevado a la fuente original. Por ejemplo, al hacer clic en una imagen de un par de zapatos, los usuarios pueden ser redirigidos a un sitio de compras y una imagen de tortitas de arándanos puede ser redirigida a la receta.