

# 4 Recomendaciones para 5 Herramientas *Social Media*

Abril 2010

El **acceso a la información en Internet es libre, fácil y amplio** por el momento (contenidos de pago, limitaciones de capacidad, otras fórmulas para monetizar son parte del presente y pueden tomar más protagonismo en un futuro).

Ahora bien, cuando llegar a la información deja de ser un problema, aparece otro: **encontrar la utilidad a la información a la que tenemos acceso**. Ante tantos datos sobre otros tantos recursos online, las posibilidades de aprendizaje son increíbles, y la **gestión eficiente del tiempo toma una relevancia fundamental**.

Por ello es que decidí preparar un cuadro sintético, sobre 5 de las herramientas online más usadas y consejos puntuales sobre la gestión de las mismas.

La estructura del documento es la siguiente:

**Cuadro rápido:** Dos diapositivas en el que tener acceso rápido a los temas que trata, con acceso vía links directos al lugar del artículo en donde se habla del tema que interesa.

**Desarrollo del artículo:** Cada celda del cuadro rápido constituye un apartado del artículo que contiene una explicación sobre lo que se propone en ella.

*Espero que te sea de utilidad. ¿Comenzamos?*



### Definir Estrategia

¿Abrir la cuenta, twittear y olvidarse?

¿Qué te apasiona en la vida?.  
Compártelo en tu perfil

Conoce las posibilidades de LinkedIn

Mostrar tu trabajo, guardar tus clases, ¿para qué lo usarías?

Establece tu propio orden para tus etiquetas

### Aumentar Contactos

Seguir a personas con los mismos intereses o localización

Invita a tus compañeros de instituto, trabajo o a tus contactos de mail

Ver qué contactos ya tienen tus contactos, invitar

¿Probaste hacer tu CV como una presentación?

Buscar personas a través de las etiquetas

### Gestionar tiempo contenido

Programa tus twitts y ya no te olvidarás de ninguno

Conoce y configura la privacidad de tus contenidos

Sincronizar LinkedIn con Wordpress y Slideshare

Fijarse en las presentaciones top del día

Revisa tus links y haz limpieza

### Medir

¿A cuántas personas llegas con lo que twitteas?

Ocultar notificaciones que quitan tiempo y no te interesan

Usar la sección quién ha visto mi perfil

¿Has probado Slidecast para generar leads?

Optimizar calidad de links

Bonus  
Xing



**Definir estrategia**

¿Tu empresa puede vivir con estos 11 mandamientos?

Limitar tiempo de dedicación al medio online

¿Conviene crear perfil de empresa?

¿Y si las presentaciones se hicieran con Slideshare?

¿Además de guardar info, monitorizar tu marca?

**Aumentar contactos**

Retwittear es efectivo

Crea concursos a través de las páginas de amigos

Participa en grupos, lanza preguntas o debates

Usar Slideshare para presentaciones en público

Ampliar tu red, sea con "fans o personas"

**Gestionar tiempo contenido**

Organiza tweetups

Crea páginas de amigos (Fan Pages)

Optimiza tu contenido (Keywords y SEO)

Usar keywords en título y tags

Guardar links desde Twitter

**Medir**

Gestiona varias cuentas de Twitter

Aprovecha las estadísticas de tu página de amigos

Ver empresas de más actividad Directorio de Empresas

Realiza campaña de pago con Adshare

Optimizar calidad de links

**Bonus Xing**



## Elección de la estrategia

- ▶ Personas: no se trata de abrir la cuenta y no *twittear* o sólo saludar; entre un [25% y 30% de las cuentas existentes](#) están vacías o han *twitteado* la primera vez y no se volvieron a usar. ¿Y esto por qué ocurre?. En muchos casos por no saber qué se espera de *Twitter*, que se quiere lograr con él, qué puede aportar la persona o la empresa a través de ese canal para quien pueda leerlos. Sintéticamente: plantear objetivos del uso de la herramienta.
- ▶ Empresas: [Una empresa puede twittear sólo si es capaz de vivir con estos 11 “mandamientos”](#), entre los que se incluyen: poder explicar la visión de la empresa en menos de 140 caracteres, mantener una posición aunque genere críticas, dedicar un tiempo para leer y *retwittear* el contenido gracioso, innovador, inteligente o valioso de otros usuarios... ¿estás de acuerdo?

## Conseguir contactos

- ▶ Personas: puedes buscar perfiles a quien seguir (o *followers*) que vivan cerca tuyo y así armar una red por localización. O también puedes buscarlos por palabras claves o su profesión y comenzar a seguirlos. Para conseguirlo existen varias herramientas gratuitas: [Search Twitter](#), para buscar palabras claves de cualquier tipo, ver quién las menciona y comenzar a seguirle, [Twellow](#), una especie de páginas amarillas para profesionales en Twitter, donde se aplica, entre otras, la búsqueda por categorías, y [Locafollow](#), para buscar por región o ciudad.
- ▶ Empresas: un contenido se puede *retwittear* en diferentes horarios durante algunos días, sin caer en el *spam* y eligiendo horarios diferentes y donde se concentran distintos públicos. ¿Te dijeron que repetir un *twitt* para atraer más tráfico no es correcto?. Pues parece que es uno de los mitos de Twitter, [mira lo que dice Guy Kawasaki al respecto](#).

Volver al  
cuadro





## Gestión y optimización de tiempo o contenidos

- ▶ Personas: por si te perdiste el [post de Prestigia donde hablábamos de esta herramienta](#), te presento [Tweet-u-later](#) para programar tus *twitts* según el día y la hora que quieras, y también programar *twitts* recurrentes (aquellos que tienen lugar una cantidad total de veces con repeticiones en horas, días, semanas, meses o años). Es buena idea para los #fff de los viernes, o para felicitar por un cumpleaños y que no se te olvide... Eso sí, recuerda que hacer un seguimiento de dichos *twitts* y conversar, esencial para evitar “monólogos” de quien *twitteo*.
- ▶ Empresas: Una *tweetup* es un encuentro informal de *Twitteros* en algún lugar físico, fuera de la red. ¿En qué te ayuda esto a optimizar tiempo y contenidos?. En que conociendo a la gente que sigues y que te sigue, puedes tener un acercamiento más real a ellos, darte a conocer y fortalecer relaciones, más allá de los links y conversaciones compartidas vía *Twitter*. ¿Cómo crearlas?. Puedes usar [twtvite](#) para crear el encuentro y difundirlo por la Twittosfera. ¿Qué encuentros ya existen?. [Eats and Twitts](#), organizado por [Antonio Domingo](#) en diferentes provincias de España, es uno de ellos.

## Medir, monitorizar, monetizar

- ▶ Personas: si te interesa saber a **cuántas personas impactas** con un determinado *twitt*, una de las herramientas que puedes utilizar es [Tweet Reach](#). Ten en cuenta que los resultados gratuitos a los que tienes acceso son los de ese momento y generados por un máximo de 50 *twitts*.
- ▶ Empresas: [TweetDeck](#) es una aplicación de escritorio que permite **gestionar varias cuentas, visualizar los resultados que uno disponga, sincronizar la cuenta de bitly para acortar las URL** y *twittearlas* directamente, entre otras ventajas. Al ser una aplicación que debe instalarse en tu ordenador, puede consumir bastantes recursos. Existen otras de escritorio como [Seesmic](#) (que también puede ser utilizada desde la web) y otras basadas en la web, que no necesitan descargarse al ordenador, por ejemplo [Cotweet](#) o [Hoosuite](#)

## Bonus

- ▶ Buscar trabajo con Twitter: comienza a seguir a cuentas que *twitteen* ofertas laborales y consejos sobre tu búsqueda laboral ([@quieroempleo](#), [@turijobs](#)) o a personas y listas relacionadas con el trabajo, como ésta de [Encarna](#) y su [lista de ofertas en España](#), o a [Pedro](#) que ha sido el gestor de [Blogu@ de E-mpleo](#)

Volver al cuadro





## Elección de la estrategia

- ▶ Personas: ¿qué te apasiona en la vida?. ¿Estudias o trabajas?. ¿A qué dedicas el tiempo libre?. Aunque parezcan las frases típicas de ligue o rememoren a la canción de Perales, tener las respuestas visibles en tu perfil ayuda a enfocarte y a quienes encuentran tu perfil, saber en poco tiempo qué afinidades pueden tener contigo.
- ▶ Empresas: demás está decir que es primordial determinar los objetivos y metas: promocionar un producto, construir relaciones, ser referente en el sector, etc. La estrategia puede estar formada por: establecer la presencia online, expandir el alcance, nutrir las relaciones y mantener la presencia online de la empresa. **Objetivos y estrategia deben ser llevados a cabo en un tiempo. Ese tiempo tiene un límite y el límite lo ponemos nosotros.** En dicho tiempo no se podrá leer todo artículo y estar presentes en todas las redes sociales. Si las acciones son dispersas, el tiempo se puede perder o malgastar. Y no podemos dejar que nos ocurra esto.

## Conseguir contactos

- ▶ Personas: **invita a tus contactos a través de sus direcciones de mail**, a que sean tus amigos en Facebook. Puedes enviarles un mail, buscarlos en Facebook e invitarlos a tomar contacto, o buscarlos a través de otras redes que te hayas creado: tu antigua universidad, compañeros de trajo, de instituto... .
- ▶ Empresas: crea concursos en tu Página de amigos (o *Fan Page*) con cupones de descuento o de crédito para la compra, ofertas especiales, descuentos en el envío, et.. Para que los amigos de la empresa accedan a ellos, puedes solicitar que rellenen un pequeño formulario de información básica (nombre, sexo, mail, ciudad).

Volver al  
cuadro



## Gestión y optimización de tiempo o contenidos

- ▶ Personas: uno de los temas fundamentales es la privacidad y esto es algo que depende básicamente del usuario. Puedes determinar quién ve tu muro, tus álbumes de fotos, qué actualizaciones ves tu en tu muro... Aquí es cuestión de que te detengas a analizar cada elemento y determinar su visibilidad.
- ▶ Empresas: puedes crear tu página de fans y sacarle el máximo provecho. Para saber qué es, qué visibilidad tiene y otras características, [no te pierdas este post sobre las páginas de amigos o Fan Pages](#)

## Medir, monitorizar, monetizar

- ▶ Personas: ¿Sabías que puedes ocultar las notificación de tu amigo que juega a *Farmville* o de tu amiga que se la pasa haciendo *tests* de personalidad? Es fácil. Cada notificación tiene en el margen superior derecho, un botón que dice ocultar (sólo cuando pasas tu ratón sobre ella). Clicando sobre el botón, puedes elegir de ocultar todo lo que publique tu amigo, sólo las notificaciones relacionadas a un juego o test en concreto, o cancelar la acción por si te arrepientes en el camino.
- ▶ Empresas: aprovecha las estadísticas de la página de amigos de tu empresa. Desde hace unos días, además de tener esta funcionalidad visible para los administradores de la página con actualizaciones semanales, recibes un mail con dichas actualizaciones. Países o ciudades, edades, actividad y participación de los fans en tu página son datos sumamente útiles para medir la relación de la página de tu empresa y sus amigos.

Volver al  
cuadro





## Elección de la estrategia

- ▶ Personas: Puedes enfocarte a promocionarte por sectores económicos, geográficos, por contactos. Pero es importante que conozcas las [herramientas que te ofrece LinkedIn](#) y ver las [preguntas frecuentes](#) que otros usuarios han realizado.
- ▶ Empresas: Es importante saber que ciertos datos de un perfil de empresa provienen de las tendencias en la trayectoria profesional de los usuarios y de los contactos identificados entre empresas, y por lo tanto no son ni aprobados ni proporcionados por dicha empresa. (Puedes saber más sobre el [origen de los datos de perfiles de empresas](#)). Teniendo en cuenta lo anterior (y que la empresa no podrá modificar cierta información), es conveniente evaluar la creación de un perfil corporativo, para sumarlo a los ya existentes online de la empresa.

## Conseguir contactos

- ▶ Personas: Intenta conectar con gente que conozcas y una vez que hayan aceptado tu solicitud de toma de contacto, investiga qué contactos tienen tus contactos o invita a ex-compañeros del trabajo o universidad.
- ▶ Empresas: Siempre es posible enviar invitaciones teniendo el mail de la persona o empresa a contactar, pero además podemos unirnos a grupos del sector, lanzar preguntas, comenzar debates, crear grupos de discusión.

Volver al  
cuadro





## Gestión y optimización de tiempo o contenidos

- ▶ Personas: Haz uso de los servicios de Wordpress y Slideshare para sincronizar estos servicios con tu perfil de LinkedIn. Así tus *posts* y presentaciones que ya tengas, también podrás ser vistas desde LinkedIn. Ah y permite la vista completa de tu perfil; de esta manera los contenidos se indexarán mejor por Google.
- ▶ Empresas: en vez de utilizar los links predeterminados para mi blog o mi web, [colocar palabras clave relacionadas con tu blog o web, editando la categoría otros](#) (aunque sólo servirá para búsquedas internas). De esta manera quienes busquen por palabras claves darán con tu web o blog, desde estas *keywords* visibles en tu perfil.

## Medir, monitorizar, monetizar

- ▶ Personas: tener en cuenta la sección ¿Quién ha visto mi perfil?. Si bien para cuentas básicas no hay información sobre la persona específica (y aunque sea Premium, si el usuario que te visita ha ocultado parte de su información, tampoco podrás saber quién te visita), sí es un indicativo de qué empresas o localizaciones están teniendo acceso a tu perfil .
- ▶ Empresas: tener en cuenta la sección Directorio de empresas, en la parte inferior de la página de ingreso de LinkedIn (diferente a los perfiles de empresas, accesibles desde el menú búsqueda desde una cuenta de LinkedIn). Sólo muestra los principales perfiles de **empresa** con mayor actividad por sector y ubicación. Si bien no se puede tomar partido para que una empresa aparezca en este directorio, sí es importante saber quién está logrando la visibilidad dentro de este apartado.

Volver al  
cuadro



## Elección de la estrategia

- ▶ Personas: Slideshare es una excelente herramienta para mostrar tu trabajo, pues alberga documentos *PowerPoint/Word/OpenOffice/Keynote/PDF*. Allí puedes subir tus clases, tu CV y luego vincularlo a LinkedIn (como explicamos anteriormente)
- ▶ Empresas: Tener almacenadas las presentaciones comerciales en Slideshare permite no depender de una memoria *USB*, de versiones o de compatibilidad de programas. ¿Te lo has planteado como posibilidad para tu empresa?

## Conseguir contactos

- ▶ Personas: ¿Qué tal si tu CV es una creativa presentación que tienes subida a Slideshare?. ¿No sería más fácil para conseguir atraer gente a la que le interesas?. No olvides colocar las etiquetas o *tags* correspondientes para facilitar que te encuentren.
- ▶ Empresas: ¿Has probado hacer las presentaciones de tu empresa desde Slideshare directamente (en vez de PowerPoint?). Tres ventajas: 1) antes de la presentación, abrirla y recorrerla entera en modo pantalla completa. De esta forma quedará guardada en el cache y no tendrá ningún inconveniente en cargar su contenido cuando tu público esté con toda la atención puesta en ti. 2) Si la visita a otras páginas web es frecuente dentro de la presentación, entonces es sólo cuestión de apretar la tecla “Esc” estando en el modo pantalla completa de la presentación en Slideshare e ir al sitio web previamente abierto. Luego de ver la información fuera de Slideshare, sólo es cuestión de volver a clicar sobre el modo pantalla completa, y la presentación se abrirá donde la hemos dejado. 3) Finalmente, al estar la presentación cargada en Slideshare, todo el público lo sabe y puede acceder a ella, lo que genera más tráfico y más contactos.

Volver al cuadro





## Gestión y optimización de tiempo o contenidos

- ▶ Personas: No dejes de estar al día con las presentaciones *top*: sólo es cuestión de ir a la página principal y ver las presentaciones que destacan: por cantidad de descargas o de visitas y también por categoría o localización.
- ▶ Empresas: Usar palabras clave(*keywords*) en título (porque el título de la presentación es la URL de la misma en *Slideshare*) y en las *tags* que colocas a la presentación. Dichas palabras clave favorecen la indexación y al posicionamiento de la presentación a la hora de las búsquedas.

## Medir, monitorizar, monetizar

- ▶ Personas: [Slidecast](#) es la combinación de **Slideshare** y **podcast**. Si bien no constituye una herramienta de monitorización, sí es una innovación para darle un valor añadido a las presentaciones y así generar más leads.
- ▶ Empresas: Probar las campañas de pago, como [Adshare](#). Se paga una tarifa plana por cada visita que recibe la presentación, promovida dentro del contenido de Slideshare en documentos relacionados al tuyo.

Volver al  
cuadro





## Elección de la estrategia

- ▶ **Personas:** Delicious permite, como una de sus funciones principales, guardar enlaces a contenidos online, que pueden ser útiles en futuras búsquedas, para escribir artículos, referenciarlos o informarte sobre un tema. Cuando recién comienzas no es difícil encontrar la información, pero a medida que avanzas, se multiplican las etiquetas, los enlaces y el tiempo que puedes invertir buscándolos. Por ello trata de definir cuanto antes, entre otras cosas, cómo etiquetarás la información: en varios idiomas, con siglas, con frases, respetando mayúsculas y acentos... .
- ▶ **Empresas:** Además de guardar información, una buena opción que permite Delicious es suscribirse a determinadas etiquetas. Esto significa que cada vez que alguien guarde un hipervínculo con la/s etiqueta/s que he especificado en *Subscriptions*, podré tener acceso a ellos y guardarlo si lo considero conveniente.

## Conseguir contactos

- ▶ **Personas:** La etiqueta o tag que utilizo para guardar un link puede ser utilizada por otros usuarios que compartan mis intereses. Para hacer búsquedas de personas por *tags* que me interesan puedo ir a [Tags](#) y elegir alguna de las que presenta la nube o tipear la que busco.
- ▶ **Empresas:** la red de contactos en Delicious no presenta grandes funcionalidades respecto de la dinamización de contenidos o su análisis y ampliación. Pero sí es bueno saber que existen las personas a las que seguimos (*people*), los que nos siguen (*fans*), y aquellos con quienes mantenemos una relación bidireccional (mutuos, indicados con). Además cada vez que se guarda un link, existe la posibilidad de enviarlo a todos aquellos que son *fans* mutuos y a quienes nosotros seguimos, así como poder agregar el mail de otras personas que no se encuentren en nuestra red.

Volver al  
cuadro



## Gestión y optimización de tiempo o contenidos

- ▶ Personas: De vez en cuando es bueno revisar los links guardados y velar por su vigencia y utilidad como una forma más de mantener actualizada esta especie de biblioteca online personal.
- ▶ Empresas: Para guardar los links que *twitteamos* en *Twitter*, es necesario sincronizar nuestra cuenta con [Packrati.us](http://Packrati.us). Opcionalmente también podemos guardar los links contenidos en **twitts** que nos mencionan y los contenidos en *twitts* marcados como favoritos.

## Medir, monitorizar, monetizar

- ▶ Personas y Empresas: Una herramienta para chequear y borrar links rotos o no vigentes es [Fresh Delicious](#). Este servicio ofrece la posibilidad de hacer pasar por diferentes pruebas un link determinado, y borrar los que sean erróneos o estén rotos, y también crear filtros para aquellos que contengan un contenido erróneo

Volver al  
cuadro





**\*\* Bonus:** la herramienta **Xing** (similar en servicios a *Linkedin*, con algunas diferencias de valor añadido y con fuerte influencia en España) ha lanzado recientemente un [manual de uso](#) para conocer su potencial y ayudarte a aplicarlo. Me parece interesante incluirlo aquí, por lo que espero te sea de utilidad.

▶ **Sobre Verónica Aimar**

Licenciada en Turismo por la Universidad Católica de Salta (Argentina). Máster en e-Tourism por el Centro de Estudios Turísticos de Barcelona (CETT, UB). Experiencia como docente. Ha trabajado en grupos hoteleros y en el área turística de la Administración pública. En la actualidad es la responsable de [marketing turístico online en Prestigia Online](#).

▶ **Sobre Prestigia Online**

Prestigia Online es una agencia especializada en Internet como herramienta para potenciar el negocio de pymes y grandes empresas. A través de sus tres áreas de servicios [Web Development & Desing](#), [Online Marketing](#) y [Online Media](#) ofrece soluciones integrales a sus clientes. La empresa es una iniciativa de [Jorge Mira](#), experto en reputación corporativa online y *consumer generated media*, que focaliza su acción diaria en cumplir su lema: *"Hacemos lo que nos gusta. Potenciamos tu negocio en Internet. Crecemos contigo"*.

