

SOCIAL MEDIA PLAN

FORHER



Introducción

Hoy día las redes sociales son un fenómeno con cada vez más importancia y un crecimiento acelerado, ayudando a las marcas a vender sus productos o servicios y ampliar su clientela. Es muy importante pertenecer a las redes sociales, pero no de cualquier manera y a todas. Hay que hacer un exhaustivo análisis de cuáles convienen más y asegurarse de que se da una buena imagen. Es de esperar que haya opiniones de toda índole por lo que se debe saber cómo actuar y comunicarse con los usuarios.

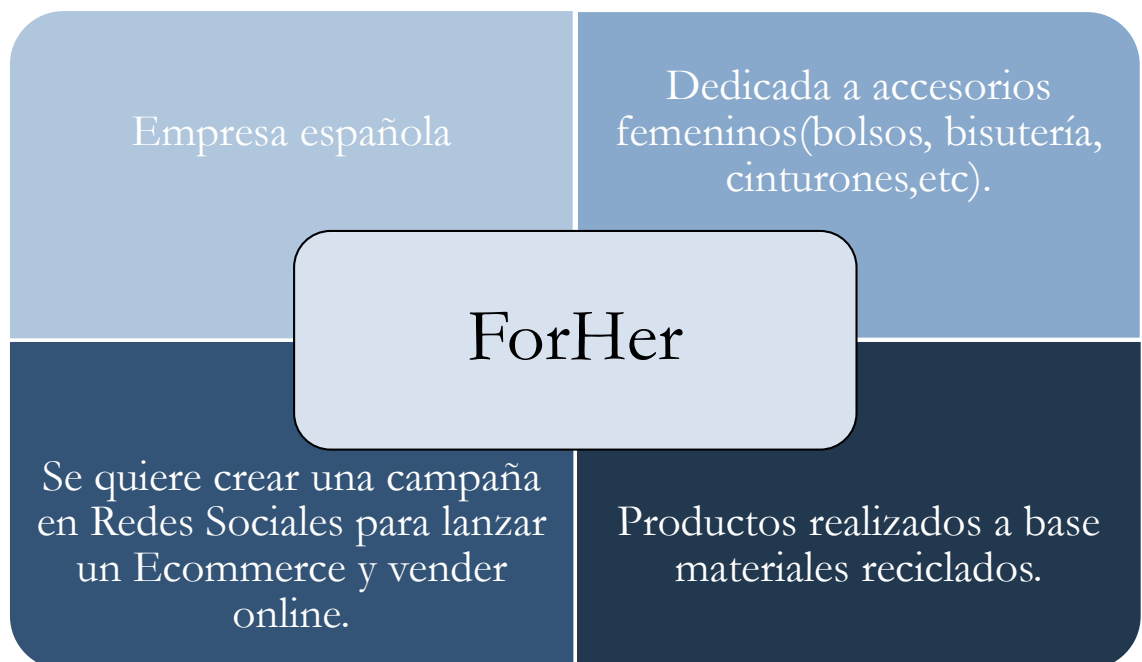
En este informe se presenta una propuesta para la empresa ForHer, que se ha decidido a vender online y necesita una presencia en redes sociales.

Propuesta



1.- Start/Inicio

a) Definición de la marca y objetivos.



b) Presencia online

La presencia online actual es nula, por lo que la empresa quiere entrar en redes sociales para potenciar su imagen y comenzar con la venta online.

2.-Market/Investigación online

La empresa no dispone de presencia en las redes por lo que la investigación online no reporta nada.

3.-Plan de Acción



a) Objetivos

- Crear una comunidad online de la empresa creando perfiles en varias redes sociales.
- Dar a conocer a la marca en las redes sociales, creando una reputación online.
- Promocionar la empresa y sus productos.
- Subir las ventas gracias a la presencia online y al Ecommerce.
- Captar nuevos clientes.
- Fidelizar y mejorar la satisfacción de los antiguos clientes.
- Generar tráfico hacia la página web y el blog.

b) Target

Es importante conocer a quién va dirigida la estrategia para determinar sus hábitos y como se puede generar engagement. En este caso irá dirigida a:

- Público femenino de cualquier edad.

c) Generar tráfico

Lo que se intenta conseguir es generar tráfico hacia nuestra web o blog, lo cual se realizará mediante estas acciones:



- Conseguir que sitios web con prestigio, con buena reputación online nos incluyan enlaces.
- A través de las redes sociales o blogs amigos dar a conocer todo el contenido publicado.
- Participar activamente en las redes sociales y conectar con la comunidad.
- Ofrecer obsequios de valor a visitantes.
- Estar en contacto con otros blogs, páginas dejando opiniones y comentarios interesantes dando buena reputación a la empresa.
- Uso de palabras claves en las descripciones, post o comentarios para aumentar el posicionamiento SEO.

d) Estrategias

Se establecen las acciones a seguir para cumplir con los objetivos.



I. Web

Hoy día es primordial para cualquier empresa contar con un sitio web, ya que es el referente en internet y es el medio más utilizado por los usuarios para buscar información. En este caso para FORHER se busca crear una página web que siga las siguientes condiciones:

- **Usabilidad**
 - Intuitiva y fácil de usar.
 - Que permita compartir información.
- **Dominio**
 - Se usará el dominio .com porque se dirige a varios mercados.
- **Diseño**
 - Simple
 - Tipografía común: Arial
 - Diseño responsivo para cualquier navegador y dispositivo móvil.
- **Contenidos**
 - Guía de contenidos.
 - Eventos.



II. Blog

- Poseer un blog en Wordpress donde se realicen las siguientes acciones:
 - Foro de opiniones de los clientes.
 - Noticias del mundo de la moda.
 - Incorporar imágenes.
 - Contenido de calidad.
 - Link-building con otros blogs y páginas relacionadas.





III. Redes sociales

Si se comparten contenidos a través de los diferentes canales de internet se conseguirá que la empresa se atribuya una reputación online que permitirá generar tráfico hacia la página web y el blog. Se abrirán perfiles en las siguientes redes sociales:



Facebook



Instagram

Se ha elegido Facebook porque es la red social con más adeptos y en la que más difusión se puede tener. Y se ha escogido Instagram porque es una red social visual, donde se publican imágenes y se quiere que la comunidad pueda ver nuestros productos y tenga una buena repercusión.

i. Estrategia en redes sociales



Estrategia en
Facebook

- Ofrecer contenido de valor para atraer a la comunidad:
 - Post del blog.
 - Noticias de moda.
 - Promociones.
- Generar comunicación directa con los usuarios compartiendo, comentando, ofreciendo adivinanzas o juegos para que la comunidad participe.
- Encuestas sobre gustos, sobre productos.



Estrategia en
Instagram

- Seguir perfiles relacionados con el mundo de la moda y de los accesorios en general para potenciar la visibilidad de la marca.
- Proponer concursos a la foto más original donde se muestre el uso de algún producto y otorgar un premio a las que más Me gustan tenga.
- Publicar fotos de los diferentes productos de la marca poniendo un link hacia la web o con cada nuevo lanzamiento y realizar sorteos de ejemplares entre todos los Me gusta.

Guía de estilo y protocolos.

- Publicaciones de calidad que consigan llamar la atención a los usuarios.
- Lenguaje fácil y conciso.
- Prohibido contenidos religiosos, políticos, de sexo, racistas o que degraden o menosprecien a las personas.
- Respetar los derechos del autor en caso de que los contenidos no sean propios.
- Las quejas de los clientes deben de quedar completamente resueltas y el cliente satisfecho.
- Ante comentarios negativos o ataques a la marca se debe actuar de la mejor forma posible haciendo que el usuario quede satisfecho por la atención recibida.
- Se harán comentarios sobre problemas para que el resto de usuarios puedan verlo.

Pilares de contenido.

- Se publicará poca **información corporativa**, la que se crea más relevante o suponga cambios.
- Se intentará hacer un **branding** enfocado al reciclaje y a la sostenibilidad para transmitir que se tienen esos valores y potenciar nuestra marca.
- Se efectuarán **concursos y promociones** continuadas en el tiempo (cada 15 días).
- Se mostrarán los **productos** de los que se dispone y cada nuevo lanzamiento intentando relacionarlos con la vida cotidiana.
- Se lanzarán **preguntas** para que la comunidad interactúe con la marca y entre ellos.
- Se dejará también un espacio para las **frases** motivacionales o contenido que consiga esbozar una sonrisa en la comunidad.
- Se ofrecerán diferentes **consejos e información útil** sobre la moda o los accesorios.
- Aumentar el tráfico en el **blog** y la comunidad debata, incluyendo a la marca que también se unirá a la conversación.

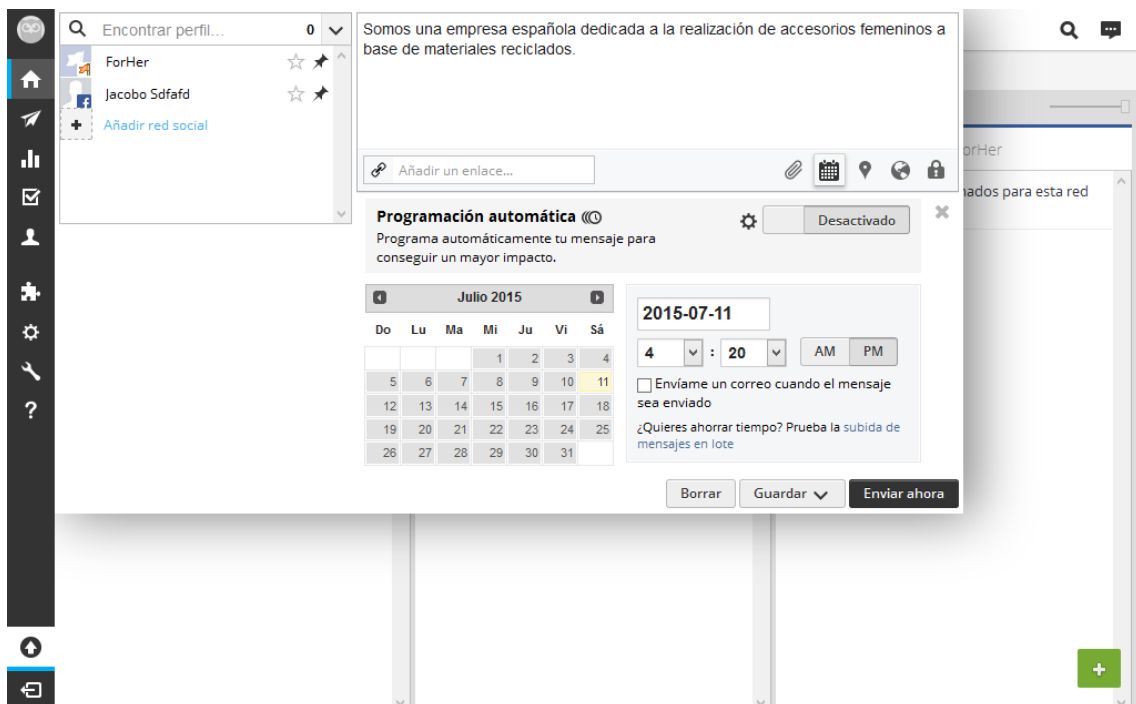


Segunda parte

- Perfil de Facebook.



- Herramienta Hootsuite.



SOCIAL MEDIA PLAN

The image shows a screenshot of the Hootsuite social media management dashboard. The top section displays a post being scheduled for the Facebook profile 'ForHer'. The post text is: "Somos una empresa española dedicada a la realización de accesorios femeninos a base de materiales reciclados." The scheduling interface includes a search bar for profiles, a list of profiles (ForHer, Jacobo Sdfafd, and a link to 'Añadir red social'), a link field labeled 'Añadir un enlace...', and a 'Programación automática' (Automatic scheduling) toggle which is currently turned on. Below the scheduling options are buttons for 'Borrar' (Delete), 'Guardar' (Save), and 'Programación automática'.

The bottom section of the screenshot shows the Hootsuite browser interface. The address bar indicates the URL 'https://hootsuite.com/dashboard/#/'. The browser tabs include 'Hootsuite' and 'ForHer'. The main content area shows a 'Programados' (Scheduled) list for the 'ForHer' profile. A single post is listed, scheduled for '6:05pm, Jul 11, 2015' by 'Jacobo Sdfafd'. The post content is identical to the one shown in the top section: "Somos una empresa española dedicada a la realización de accesorios femeninos a base de materiales reciclados."



- Publicación de contenido.



Estas publicaciones corresponden a contenido de tipo información corporativa y responde al objetivo de dar a conocer a la empresa, de presentarla en la reciente apertura del perfil.

