

Guía práctica para crear un Social Media Plan

20/07/2018

Guía práctica para escribir un Social Media Plan

www.rosapr.es

@RosaPR7



¿Por qué es tan importante crear un Social Media Plan? Esa es la pregunta que mucha gente me realiza cuando le comento la necesidad de definir la hoja de ruta de su empresa o proyecto en el sector digital para no lanzarse a lo loco y publicar cualquier contenido que no sea del interés de su audiencia.

Las redes sociales han cambiado la forma en la que las marcas se comunican con los usuarios. En la actualidad, se han convertido en la plataforma ideal para establecer una relación cercana y directa.

Os voy a hablar sobre un caso real de un Social Media Plan que realicé para una clínica dental que no tenía apenas presencia en el mundo online. Habían creado una página de empresa en Facebook, pero sin apenas contenidos. Publicaban de manera puntual, no tenían claro sus clientes potenciales, tampoco una estrategia definida.

Todo esto que os indico es fundamental para poder llegar a tener éxito en las redes sociales.

¿Qué es un Social Media Plan?

El Plan de Social Media define las estrategias y acciones necesarias que han de seguir las empresas en los medios

sociales para alcanzar sus objetivos inicialmente propuestos.

Se trata de **una herramienta muy útil de trabajo para todo el equipo de la empresa** puesto que todos son partícipes y conocedores de los pasos que se están llevando a cabo.

Las empresas se han dado cuenta de que las redes sociales aparte de ser un canal de comunicación muy efectivo con los usuarios, también pueden ser una herramienta de venta muy potente para sus negocios.

Un plan se compone de varios apartados donde vamos trabajando lo que será la definitiva hoja de ruta. Es muy importante seguir ese orden ya que todos los pasos dependen unos de otros.

A continuación, os voy a contar cuáles son los pasos más destacados y un ejemplo real propio sobre la creación de un Plan de Social Media.

Pasos para crear un social media plan

Realizo este [servicio](#) para emprendedores y pequeñas empresas que quieran comenzar a tener presencia en el mundo digital por lo que es importante en primera

instancia mantener una reunión para analizar la empresa y empezar a tener claros los objetivos.

Os cuento cómo desarrollé el Plan de Social Media para una clínica dental y los pasos que debemos dar para crearlo.

1. Analizar la situación

Este es el punto de partida para comenzar a definir la estrategia. **Hay que analizar lo que se ha hecho por parte de la empresa**, la situación en la que se encuentra en el sector digital.

Esta clínica dental solo tenía página de [Facebook](#) con publicaciones intermitentes y la estrategia no estaba definida.

Por lo tanto, lo primero es analizar nuestra situación. **Hay que investigar también el entorno en el que nos encontramos, tanto el propio como el de nuestra competencia.**

2. Crear objetivos

Es muy importante definir nuestros objetivos.

¿Qué es lo que queremos conseguir con nuestra presencia en el sector online? Las responsables de la clínica dental habían investigado por su cuenta algunas ideas, pero no conocían demasiado el sector ni cómo poner en marcha las estrategias. Nos reunimos para definir cuáles serían esos objetivos.

Los objetivos deben ser siempre medibles y realistas. De esta forma podremos obtener resultados positivos. No tiene sentido incluir un objetivo como pasar de 0 a 1.000 seguidores en dos días.

Por lo tanto, es importante valorar lo que se quiere conseguir, pero valorando la realidad.

3. Selección de kpi's

¿Qué es un **KPI**? **Se tratan de indicadores clave de desempeño** o de gestión. Estas métricas nos ayudan a identificar el rendimiento de una determinada acción.

Por ello es necesario marcar unos indicadores para hacer las mediciones de manera correcta.

Estos se van a establecer en función de los objetivos y estrategias que se han definido previamente en el Social Media Plan.

Los KPI's se pueden establecer en base a las interacciones según el número de seguidores, el número de me gusta o de clics en las publicaciones o el número de conversiones desde redes sociales, por ejemplo.

4. Medir los resultados

El siguiente paso es observar los resultados que estamos teniendo con las estrategias que hemos llevado a cabo.

Debemos tener en cuenta todo el trabajo que hemos hecho previamente y especialmente cómo mencionamos establecer unos objetivos coherentes y realistas. Si lo hemos hecho bien, podremos medir con eficacia nuestros resultados.

5. Manual de crisis

Es muy importante crear un manual de contingencia donde **estableceremos situaciones que no tenemos previstas para anticipar una solución en el caso en que sucedan.**

Por ejemplo, si en la página de Facebook de la clínica dental recibimos un comentario negativo, incluiremos en el manual cómo debemos responder ante ello.

Lo ideal en estos casos es hacerlo lo antes posible, en un periodo máximo de dos horas, agradeciendo la opinión e invitando al usuario a aclarar sus dudas de forma privada o facilitando un contacto más directo con la empresa.

Todo ello es muy importante que quede definido en un documento que será compartido por todo el equipo de trabajadores de la empresa para saber en todo momento las pautas que se deben seguir ante un acontecimiento de crisis.

Si quieres conocer más sobre cómo realizar un Social Media Plan para tu negocio, **puedes ponerte en contacto conmigo**, y estaré encantada de ayudarte. Trabajaremos de manera personalizada para que tengas claro las estrategias más adecuadas que necesitas implementar en tu empresa.