



Panorama del social media 2010 - Usos

PÁGINA	ATENCIÓN AL CLIENTE	BRANDING	TRÁFICO AL SITE	SEO
 <p>Una página para recopilar tus enlaces favoritos y compartirlos</p>	<p>Esta página está pensada para que los usuarios etiqueten contenido. Puede seguir quien utiliza tu marca, pero no comunicarte con ellos.</p>	<p>No aporta suficiente reconocimiento de marca, por lo que el esfuerzo sería un poco en balde. A no ser que quieras ser reconocido por aportar referencias.</p>	<p>No es tanto tráfico como antes, pero te puede conseguir varios visitantes mensuales.</p>	<p>Muchos elementos de la página ayudan: cada vez que se marca tu página, hay un enlace directo. Si tu site está en las páginas principales de tag, aportará "confianza" a tu url.</p>
 <p>Red social para mantener contacto con amigos, compartir información y completar tu perfil</p>	<p>Genial para relacionarte con fans de tu marca y/o clientes, que quieren compartir su opinión y participar en sorteos y otras acciones.</p>	<p>Las páginas de Facebook son muy buenas para el branding. Lanza tu marca en la red social con un Facebook Ad para el empujón inicial.</p>	<p>El tráfico que te puede aportar es bueno y va en aumento gracias a los botones de compartir, pero no esperes avalanchas.</p>	<p>Aporta poco o ningún valor: sólo que blogs tengan acceso a tus links y los utilicen.</p>
 <p>Un site en el que subir y compartir imágenes y vídeos, que se pueden comentar</p>	<p>No es necesario ocupar demasiado tiempo en esta red, pero si se etiquetan correctamente las fotografías de la empresa, se ayuda a los clientes/ usuarios a poner cara al equipo.</p>	<p>Si participas en grupos de la misma temática o sector que tu empresa, puedes amplificar tu branding en entornos muy interesantes y productivos.</p>	<p>Aunque consigas muchísimas visitas a tus fotos, con link a tu url, el ratio de click through es de los más bajos que hay.</p>	<p>Profundamente indexado en buscadores, links y page ranks. también ayuda a que las imágenes aparezcan en mejores posiciones en Google Images.</p>

Panorama del social media 2010 - Usos

PÁGINA	ATENCIÓN AL CLIENTE	BRANDING	TRÁFICO AL SITE	SEO
 Red social para mantener contactos profesionales	No es el foco principal, pero, contestando preguntas del sector, puedes posicionarte como experto en tu campo.	Muy efectivo para branding personal. Además, en empresa, si se anima a los empleados a mantener sus perfiles completos, puede mejorar la reputación del equipo.	No moverá muchas visitas a tu site, pero puede que las pocas que lleguen sean muy interesantes.	Alto Page Rank, casi garantiza una primera página de resultados, sobre todo para el nombre de la compañía y de los empleados, pero eso es todo.
 Página de microblogging que permite a sus usuarios enviar mensajes de 140 caracteres	Utiliza los buscadores de Twitter para monitorizar qué se dice de tu empresa y de tus competidores.	Ofrece una oportunidad única de integrar en un medio social la página web (el contenido) y de estar en contacto con los clientes, ayudando a tu empresa a sobresalir.	EL potencial es grande, pero saber aprovecharlo es un arte. Si te pasas, se irán los followers, si te quedas corto y no tendrás resultados.	Da valor muy limitado, pero los tweets aparecerán bien situados en buscadores. Ojo: los "acortadores de url" no nos benefician.
Página para compartir vídeos, donde los usuarios suben y comparten sus vídeos	Tanto si estás buscando entretener como informar, el vídeo es un canal perfecto para conectar con tus clientes.	Uno de los canales más potentes de branding online: crea tu canal, promociona en páginas con mucho tráfico y haz branding en tus vídeos.	El tráfico va a los vídeos. Si quieres conseguir tráfico para tu site, añade un hipervínculo en la descripción, pero no esperes que las cifras se correlacionen con las visitas el vídeo.	Es muy bueno para crear links a tu site, porque los vídeos tienen buen ranking.