



¿Qué tenemos hasta acá?

- Un estudio digital actualizado con datos que ya hoy mismo, podemos poner todos a funcionar
- Un claro ejemplo de cómo crear y aplicar una estrategia digital, incluso mañana vamos a ahondar más sobre el papel de las ON en medio de la estrategia digital de la OA



Pero... ¿cuál es tu red social preferida?

Cuál es esa ganadora...



El 73% de los consumidores espera contenido personalizado según la plataforma que utiliza

* Hubspot Blog Research, Marketing Trends Report, Feb 2024

¿Sabías esto?

Si hoy miércoles no recuerdas nada de lo que hemos compartido, recuerda al menos esto:

En redes sociales, la fórmula no es copiar y pegar, es personalizar y conectar

En redes sociales, la fórmula

~~no es copiar y pegar,~~ es

personalizar y conectar

En redes sociales, la fórmula no es copiar y pegar, es personalizar y conectar

pre-diseño

Las redes sociales están diseñadas para atraer diferentes tipos de usuarios y comportamientos

Ejemplo: En LinkedIn, los usuarios buscan contenido profesional y educativo, mientras que en TikTok buscan entretenimiento rápido y auténtico.

Un post genérico no captará la atención adecuada en ninguna de las dos plataformas.



Razones para personalizar

¿y por qué es que la fórmula es personalizar y conectar?

priorización

Los algoritmos favorecen el contenido que genera mayor interacción, y esto depende si está o no, adaptado al estilo y formato de la plataforma

Ejemplo: IG prioriza imágenes y videos calidad; en X, textos breves y directos. Publicar lo mismo en ambas reducirá el alcance y el *engagement*.



Razones para personalizar

¿y por qué es que la fórmula es personalizar y conectar?

usuario

Los usuarios notan cuando el contenido no está diseñado para la plataforma que usan, lo que puede generar una percepción negativa de la marca

Ejemplo: Si usas demasiados *hashtags* de IG en LK, parecerá que no entiendes el entorno profesional de esta red y podrías perder credibilidad.



Razones para personalizar

¿y por qué es que la fórmula es personalizar y conectar?

distinción

Cada plataforma ofrece herramientas específicas para conectar con la audiencia: reels en IG, hilos en X, stories en Facebook, videos cortos en TikTok, etcos usuarios notan cuando el contenido no está diseñado para la plataforma que usan, lo que puede generar una **percepción negativa de la marca**



Razones para personalizar

¿y por qué es que la fórmula es personalizar y conectar?
Ejemplo: Si usas demasiados *hashtags* de IG en LK, parecerá que no entiendes el entorno profesional de esta red y podrías perder credibilidad.

pre-diseño
priorización
usuario
distinción

Social Media


Razones para personalizar y conectar

¿qué otras razones podemos citar como las más relevantes para entonces personalizar y conectar?

¿por qué diferenciarlas?

¡Gracias!

