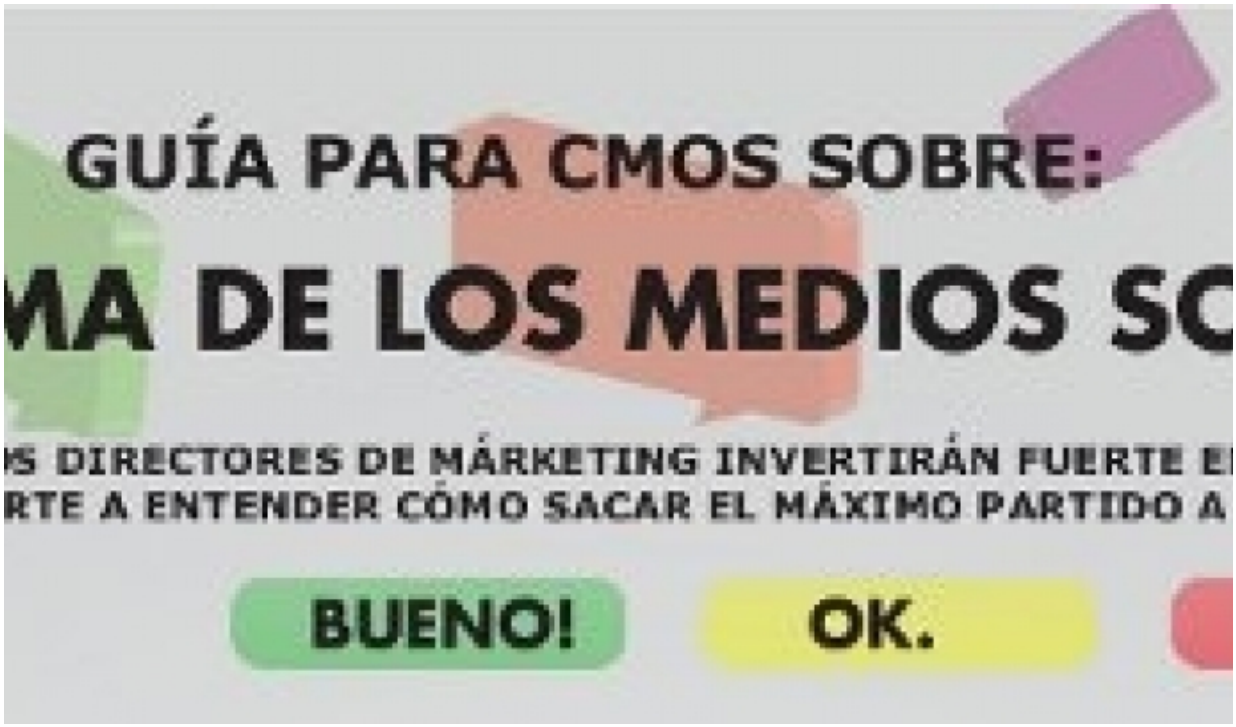
Informàtic

El panorama de les xarxes socials

13/04/2010



Font:



LinkedIn Una red social for profesionales de la empresa	No es el principal foco pero las oportunidades de vinculación con el cliente son posibles respondiendo a preguntas relacionadas con empresas, y colocándote como experto en un campo.	Es efectiva para marcas personales y demostrar tus logros profesionales. Es recomendable animar a tus empleados a mantener perfiles completos para reforzar la reputación de tu equipo.	Es poco probable que dirija tráfico significativo a tu sitio, aunque nunca sabrás quiénes son esas pocas visitas; quizás sean un potencial cliente.	Tiene un posicionamiento muy alto -garantizado desde la primera página del resultado de búsqueda- especialmente para tu marca o para los nombres de tus empleados, y poco más.
YouTube Una red social for profesionales de la empresa	Tanto si buscas entretenimiento, información o ambos, el vídeo es un canal poderoso para conectar rápido con tus seguidores, responder a sus comentarios y demostrar tu inteligencia social.	Es una de las más poderosas herramientas de branding en la red cuando tienes tu canal, lo promocionas en sitios de mucho tráfico y posicionas marca en tus vídeos.	El tráfico va a los vídeos. Si el objetivo es captar tráfico a tu site, añade un hipervínculo en la descripción del vídeo, pero no esperes que llegue tanto tráfico como a los vídeos.	Muy bueno para construir relaciones hacia tu sitio porque los vídeos se posicionan muy alto. También es una forma probada y buena de ganar visibilidad de marca.
digg Red de noticias donde los usuarios pueden descubrir y compartir contenidos. En España es Menéame.com	No es su punto más fuerte, aunque a veces podría usarse como relaciones públicas, para promocionar algo escrito por otra persona, quizás para contrarrestar mala prensa o comentarios negativos.	Las oportunidades son enormes, especialmente para promover objetivos de cobertura de tu marca en prensa/blogs. Asegúrate de que el contenido no es publicitario o tu web podría ser invisibilizado.	Es el padrino del incremento de tráfico, así que sé activo en la comunidad o encuentra alguien que lo sea. Si tienes una web corporativa, piensa en lanzar un blog no comercial.	Muy bueno porque incluso si tu información no se convierte en popular, tu página será indexada rápido. Si tu info es popular este es el mejor sitio para que puedas ser linkado por los bloguers.
StumbleUpon Comunidad de noticias donde los miembros descubren y comparten páginas web.	El tráfico de pago en StumbleUpon puede ser un método muy dirigido para comunicar, pero es difícil y costoso saber si estás llegando a clientes que ya tenías.	Una campaña de pago puede ser buena para llamar la atención sobre la marca, sobre todo si te esfuerzas en conseguir tráfico gratis a tu web. Una campaña así puede ser muy acertada, pero recuerda que estás pagando.	Permite a un amplio tipo de personas descubrir tu contenido y compartir links a través del acortador de urls de twitter. Clasificar ayuda pero no querrás que la misma gente te de cada vez el mismo thumb-up.	Muy bueno si tu info se posiciona en la página top de su categoría. La amplia base de usuarios de StambleUpon permite a mucha gente encontrar y linkar con tus infos.

Font:

El panorama de les xarxes socials

13/04/2010

Resum:
Si no estem acostumats a moure'ns per el web 2.0, el panorama de les xarxes socials ens pot semblar confús o caòtic. Quina comunitat virtual escollim per a difondre els projectes i continguts de la teva entitat? Amb aquesta guia repassarem els pros i contres de les xarxes socials més conegudes.

Ja fa unes setmanes reflexionàvem sobre les Entitats sense ànim de lucre i els mitjans de comunicació social, arran de la publicació dels resultats d'una enquesta realitzada entre Organitzacions No Lucratives. En aquesta enquesta veiem com la majoria de les ONL veien com a prioritat la seva participació en els mitjans de comunicació social com part de la seva estratègia comunicativa.

Les xarxes socials son una part molt important d'aquests mitjans de comunicació social, on cal parar-hi especial atenció. Entenem com a xarxa social una estructura que permet crear relacions entre membres d'una comunitat, on les persones intercanvies informació sobre idees, gustos i preferències mitjançant textos, imatges i vídeos. Les entitats podem trobar-hi comunitats on participar, difonent les nostres idees i projectes i aprenent de la interacció amb persones i entitats que tinguin interessos similars. Hi ha diverses plataformes que permeten i faciliten aquest intercanvi, quina escolliries per a la teva entitat?

La Fundación Chandra ens ajudarà en aquesta tasca. Recentment ha publicat la traducció d'una guia per orientar-se en el panorama de les xarxes socials realitzada per CMO.com, una web nord-americana especialitzada en màrqueting social.

Aquesta guia analitza diferents xarxes socials segons si son bones (o no) en quatre criteris:

- **Comunicació**: la capacitat d'aquella xarxa en difondre continguts i arribar a persones noves
- **Visibilitat de marca**: capacitat que ofereix la xarxa social de diferenciar la marca (o organització) i d'integrar-se amb la seva estratègia comunicativa.
- **Tràfic al teu web**: capacitat que té la xarxa social de generar visites al teu lloc web.
- **SEO**: la capacitat que té la xarxa social de millorar el posicionament en els motors de cerca web

Les xarxes socials que analitza són:

- Twitter: xarxa de microbloggin basada en enviar petits missatges de 140 caràcters (com si fossin missatges SMS)
- Facebook: xarxa social on els usuaris poden afegir amistats, enviar-se missatges i construir el seu propi perfil.
- Flickr: pàgina que permet allotjar fotografies i vídeos on els membres d'una comunitat poden compartir i comentar contingut.
- LinkedIn: xarxa social per a professionals
- YouTube: lloc web d'intercanvi de vídeo on el usuaris poden pujar i compartir continguts
- Meneame: xarxa de notícies on els usuaris poden descobrir i compartir continguts. En anglès és digg.
- StumbleUpon : comunitat de notícies on els usuaris poden descobrir i compartir pàgines web.
- Yahoo!: web de notícies on la comunitat pot votar les informacions.
-

Reddit: comunitat de notícies on els usuaris publiquen enllaços a la pàgina principal de lloc.

- Del.icio.us: lloc de classificació social d'adreces d'interès fet servir per compartir i comentar pàgines.

Si voleu descarregar-vos la guia amb una resolució alta, feu servir aquest enllaç!

Etiquetes: comunicació associativa, xarxes socials i internet

URL d'origen: https://xarxanet.org/informatic/noticies/el-panorama-de-les-xarxes-socials