



EXPLORE  
LA ROMANA

**CARLOS R. LLUBERES ORTIZ**

---

28abril 2015

Ana García-Sotoca Pascual / Wanda L. Peralta / Carlos Cochón Feliz

Clúster Turístico La Romana – Bayahibe (CTRB)

Según su solicitud, les presento la propuesta del manual de social media marketing para Pymes, dentro de la implementación de docencia y asesoría, de un diplomado de redes sociales y marketing digital, para los miembros del CTRB.

El manual tiene como objetivo, servir como guía rápida para los asistentes al diplomado de emarketing del CTRB, en complemento con el material didáctico del programa formativo.

## CONTENIDO DEL MANUAL

Para poder diseñar y desarrollar de manera exitosa, un plan de emarketing para una empresa del sector turístico, se recomienda contemplar lo siguiente:

- Que **todo plan de emarketing, debe ser precedido por un plan y estrategia general de la empresa**. Recordar que “el marketing online, es más marketing que online, con la diferencia que está basado en un medio que puede ser muy poderoso para muchas empresas” (*mencionado en página 11 del material didáctico del Diplomado*).
- Que existen **4 maneras en que las empresas pueden aplicar estrategias en web y redes sociales**: Contenido, Utilidad, Comercial y Social/Comunidad. Lo ideal es crear un balance entre las 4 estrategias, aunque en algunas empresas, lo Comercial o lo Social estará más presente (*mencionado en página 17 del material didáctico del Diplomado*).
- Que existen **4 maneras en que las empresas pueden aplicar estrategias en web y redes sociales**: Contenido, Utilidad, Comercial y Social/Comunidad. Lo ideal es crear un balance entre las 4 estrategias, aunque en algunas empresas, lo Comercial o lo

Social estará más presente (mencionado en página 17 del material didáctico del Diplomado).

- Que **las redes sociales no aplican igual para todas las empresas**: depende de tu estrategia, tu mercado, tu ciclo de producción, tu capacidad de generar contenido y más. Hay hasta 20 preguntas para aterrizar las condiciones de tu empresa a su actividad en redes sociales (mencionado en página 96 del material didáctico del Diplomado).
- Que **el monitoreo de actividad y reputación digital puede servir para dos cosas**: para brindar soporte al usuario cuando lo necesite, y para conseguir contenido creado por tus clientes (mencionado en página 306 del material didáctico del Diplomado).
- Que **en digital se escribe muy distinto a otros medios**: la ventana de atención del usuario es muy corta, y por la tanto se trabaja más con titular y llamado acción, que con la noticia o mensaje en sí (mencionado en página 337 del material didáctico del Diplomado).
- Que **debes planear los contenidos de tus redes sociales y blog, con antelación**: asegurando tus fuentes de contenido, repositorio de imágenes o temas, y teniendo una programación de posts (mencionado en página 367 del material didáctico del Diplomado).
- Que para una marca tener visibilidad en internet y conseguir interacciones con la audiencia, cuenta con **3 medios digitales: propios, ganados y pagados**. Donde hay que tratar de fortalecer los propios, incentivar a los usuarios a compartir media ganada (que es fácil en turismo) y aprovechar eficientemente las ventajas de los medios pagados (mencionado en página 392 del material didáctico del Diplomado).
- Que **no todo es presencia en redes sociales y web, hay que perseguir las conversiones y monitorear la experiencia post-venta**. El ciclo tradicional en internet, para poder vender, es el siguiente: Tengo visibilidad > Atraigo usuarios a mi sitio web o presencia en social media > Le muestro mi contenido > Lo convenzo de que me compre > Registro su compra o transacción > Monitoreo su experiencia (mencionado en página 394 del material didáctico del Diplomado).
- Que uno de los pilares para vender en internet, es desarrollar las **3 fuentes de tráfico: Directo, de Buscador y Referido** (mencionado en página 395 del material didáctico del Diplomado).
- Que **hay 3 tipos de email marketing**: el opt-out o email blast (“penado” por ley dominicana), opt-in y doble opt-in, donde el proceso clave es recoger los correos de

interesados, y preparar campañas de envío de contenido (*mencionado en página 419 del material didáctico del Diplomado*).

- Que existen **2 tipos de publicidad online por contexto: Cuando ya te buscan y Cuando haces que te vean**. Cuando te buscan (a ti, o al servicio que ofreces), tienes más chance que te compren, mientras que cuando haces que te vean, debes trabajar muy bien la segmentación (*mencionado en página 446 del material didáctico del Diplomado*).
- Que los **componentes del Posicionamiento en Buscadores Online (SEO) son 4**. Contenido, Metainformación, Autoridad y Sitio Web (*mencionado en página 609 del material didáctico del Diplomado*).
- Que a la hora de desarrollar un negocio online, **debes definir el concepto y modelo de tu ecommerce o negocio online**. Considerar qué tan fácil puedes vender, cobrar y servir, y la estrategia de por qué te van a comprar, y cómo conseguirás el tráfico que sea rentable (*mencionado en página 686 del material didáctico del Diplomado*).