

Presencia y Reputación digital de pequeñas empresas y personas

Selva M^a Orejón



- **Presencia online ¿por qué?**
 - Hacerlo bien y hacerlo saber
 - Si no te ven no existes
- **Diferénciate, desmárcate: Visibilidad y contenido**
- **Plan de presencia online**
 - Activos propios y presencia en la conversación
- **Casos de ejemplo**
 - identidad digital autónomos



Presencia online: Hazlo bien y hazlo saber



¿Qué es la reputación online?

- Reputación hay una, no diferenciamos entre online y offline
- Gestiona la imagen que se genera en cada uno de los públicos de una marca personal o
- La trabajamos desde los públicos, no desde en qué medio se da lugar
- Aunque actualmente la red nos ayuda para varios factores
 - Amplificador de los mensajes
 - Nos ayuda a conocer mejor qué percepciones generamos
 - En qué medio se registran las percepciones
 - Geolocalización



Hazlo bien y hazlo saber

- **Antes** funcionábamos por propia **inercia** del mercado, **ahora** no ¿por qué?

- **Menos recursos**



- Proceso de **reflexión compra/** uso de servicio **umenta**



- Pasamos **más tiempo en Internet:** buscando información de productos/servicios “texto/imágenes” comparando opiniones...



- Por tanto **si no eres visible...** si no te ven, **no existes**

- Da **motivos** claros para que te escojan, genera **confianza**



Somos lo que hacemos y decimos

Generamos percepciones de cada una de las acciones y comunicaciones que una marca hace o representa.

La reputación de una marca, **no depende sólo de los mensajes que lance** con sus campañas de comunicación.

Reputación por públicos no por medios

Nuestro **día a día** empresarial genera **percepciones positivas o negativas** entre sus **públicos** y deberemos gestionarlas.

Esto es una **oportunidad** o dejarnos llevar por la corriente y no tenerlo en cuenta, pero el resultado no será bueno.

¿Cómo nos perciben vs. cómo nos gustaría serlo?

La diferencia entre **qué valores queremos transmitir** y **qué valores llegan** nos sirven de **brújula** para marcar objetivos.

Regla de oro

Mejorar la visión reputacional a través de las acciones a desarrollar en los medios sociales.

Reputación por públicos no por medios

Pasos de la definición de un Plan de Reputación Online

Análisis de marca y entorno

Monitorización inicial en base a un listado de keywords específicas “negocio, marca, competencia”.

Creación de informe de resultados y feedback con departamentos de interés (Transversalidad).

Elaboración de mapa de públicos, temáticas y riesgos para el Plan Estratégico.

Puesta en común de información con los responsables de reputación.

Plan de presencia online.

Definición de **portavocía**.

Plan de actuación en la Red en los espacios de conversación.



Reputación por públicos no por medios

- Gestión de reputación del objeto de estudio como un todo teniendo en cuenta la presencia voluntaria e involuntaria en espacios online
- ¿Qué dicen de tu marca (personal) en Internet?
- Los peligros de las marcas cuando están voluntariamente y cuando no están



Reputación por públicos no por medios

- Analizando la situación actual
- Monitorización
- Trazando una estrategia por grupos de interés
- Y ahora sí ¡Acción!



● Pasos a seguir

- 1) **Investiga** el terreno: Análisis de la situación y punto 0
- 2) **Conoce** los públicos y **qué necesitan**: ¿Qué preocupa a nuestros públicos sobre nuestra **actividad**?
- 3) **Escucha**, monitorización semanal
- 4) **Traza** una **estrategia** de **contenido** por grupos de interés, objetivos y espacios
- 5) **Adáptate** al medio online
- 6) Y ahora sí... ¡a **buscar contenidos!** **bagaje**: documentación, imágenes, vídeos, FAQ... DIGITALIZA



- 1) ¿Qué visibilidad tienes ahora?
 - **Análisis de punto 0:** tu posicionamiento, monitoriza tu marca personal y
 - **Análisis de TU posicionamiento**
 - **Cantidad**
 - » ¿Estás en el TOP 10 de google.es y google.com?
 - » “**Egosurfing**”: ¿Cómo apareces en Google?
 - » Palabras clave con las que se te relaciona (marca, producto, servicio, zona geográfica)
 - **Calidad:**
 - » ¿Qué se dice? ¿Es bueno/malo? ¿Dónde se comenta?



- 1) ¿Qué visibilidad tiene tu competencia y sector?
 - **Análisis de punto 0:** posicionamiento de tus competidores directos e indirectos, (ejemplos internacionales) también del sector
 - Análisis de su **posicionamiento**
 - **Cantidad**
 - » ¿Están en el TOP 10 de google.es y google.com?
 - » “**Egosurfing**”: ¿Cómo aparecen en Google?
 - » Palabras clave con las que se les relaciona (marca, producto, servicio, zona geográfica)
 - **Calidad:**
 - » ¿Qué se dice de ellos? ¿Es bueno/malo? ¿Dónde se comenta?



Reputación onLine para pymes y personas



- 2) **Conoce los públicos y qué necesitan**
 - ¿Qué preocupa a nuestros públicos sobre nuestra actividad?
 - Monitorización: **herramientas gratuitas**
 - alerti.com
 - rxl.com
 - [google alerts](https://www.google.com/alerts)



Herramientas para medir la reputación

- Gratuitas
- De pago
- Otras herramientas con funcionalidades parecidos de agencias



Herramientas para medir la reputación

- "Implementar una campaña de observatorio proactivo de la ayuda a mejorar las interacciones de los Grupos de interés con la marca" Si queremos mantener y mejorar la reputación online de la marca, nuestra organización, productos o directivos, lo primero que debemos realizar es una búsqueda proactiva de las conversaciones en Internet: un rastreo de las menciones que se producen en comunidades y medios sociales sobre nuestra marca. Para ello debemos disponer de algunas herramientas esenciales.



Herramientas para medir la reputación

- Blogs
- Foros
- Conversaciones
- Redes sociales
- RSS
- Google Alerts: Si dispones de una cuenta Google, te permite introducir los términos a rastrear y recibir cualquier mención a ellos por correo electrónico. Puedes seleccionar la fuente de información: noticias, blog, webs... o todos. Yahoo dispone de un servicio similar.

Google alertas
beta



Reputación onLine para pymes y personas



Blogdigger™

Google blogs

ICEROCKET™
Blog search

SPHERE

- Blogs
- Foros
- Conversaciones
- Redes sociales
- RSS

Buscadores en blogs como Google Blog Search, IceRocket ([Blogs](#), Web, Twitter, MySpace, News, [Images](#), Big Buzz), Sphere o [Blogdigger](#).

Servicios de suscripción RSS personalizada como Technorati Watch List o [MonitorThis](#) (para suscribirse a [20 motores](#) de búsqueda diferentes al mismo [tiempo](#))

[Backtype](#) es otra herramienta para buscar comentarios, tanto por palabra clave como por el usuario quién lo escribió. Funciona muy bien con los blogs en inglés pero está más limitado en castellano.



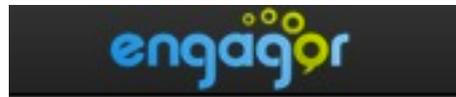
@selvaorejon
www.onbranding.es



Reputación onLine para pymes y personas



- Blogs
- Foros
- Conversaciones
- Redes sociales
- RSS



@selvaorejon
www.onbranding.es



Reputación onLine para pymes y personas



BlogPulse

trendpedia™

Blog Search

nielsen



- **Conversaciones**

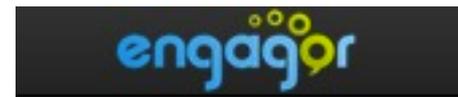
Blogpulse con **Conversation Tracker** (muy recomendable), también **Trendpedia**

Swotti, una herramienta de Buzztrend para analizar la reputación de productos (menciones de fuentes diversas (wikis, forums, webs) a las que le atribuye determinadas etiquetas y una barra de valoración positiva/negativa de la mención).



@selvaorejon
www.onbranding.es

Reputación onLine para pymes y personas



www.followthehashtag.com



@selvaorejon
www.onbranding.es



- No hay que olvidar añadir las RSS que te interesen a un lector desde el que puedas seguirlas fácilmente como Google Reader. Revisar los foros y espacios donde se concentren los perfiles de la marca para rastrear los motores de búsqueda periódicamente en profundidad.



Reputación onLine para pymes y personas



- Las diferencias principales con las herramientas de pago es que podemos:
- Hacer estudios retrospectivos,
- Hacer microanálisis cruzados,
- Identificar a los usuarios más activos,
- Comparar nuestra actividad con la competencia,
- Hacer un estudio lineal y segmentado según canales, fechas.
- Y lo más importante tenemos un asesor que cuantifica y cualifica las aportaciones del estudio y los interpreta para nosotros.
- Comparativa de herramientas de monitorización en España
 - <http://onbranding.es/2011/03/16/comparativa-herramientas-monitorizacion-espana/>



Diferénciate, desmárcate: En visibilidad y contenido



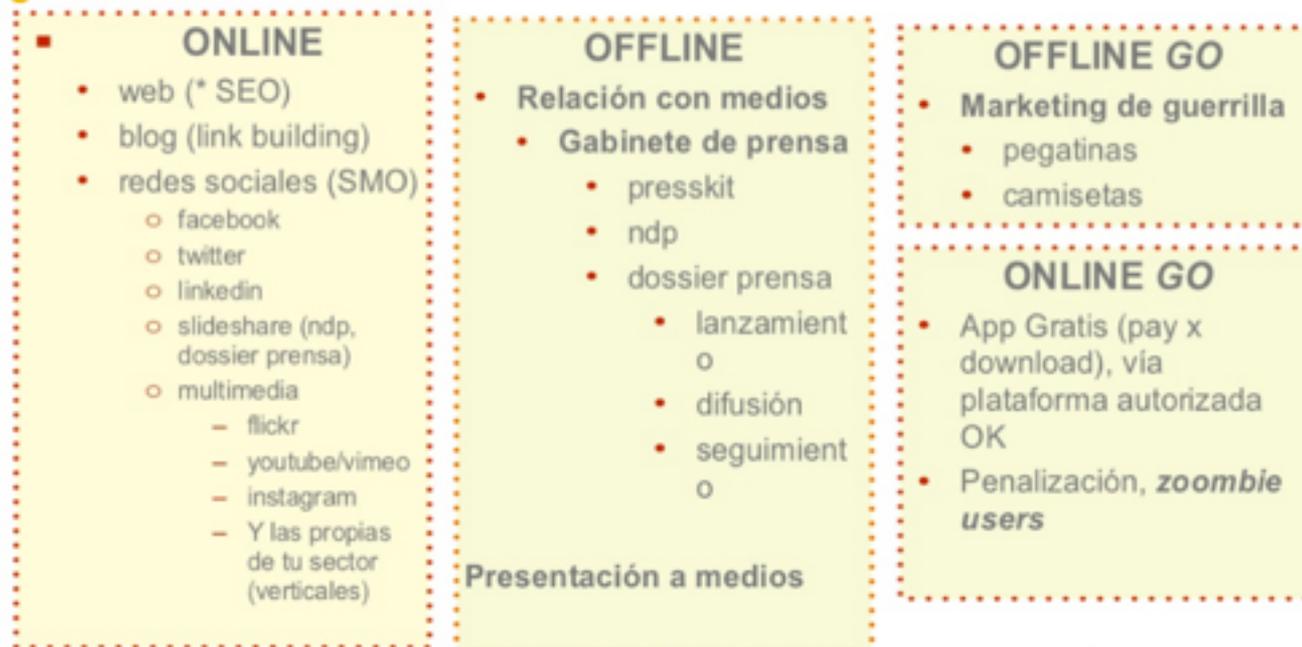
Lo importante es hacerlo bien y hacerlo saber



- Os propongo... **THINK global, ACT local**

- **Objetivo:** darte a conocer dónde tú quieres, con quién tú quieres y como tú quieres

¿Dónde te darás a conocer?



Plan de presencia online: activos propios y presencia en la conversación



Reputación onLine para pymes y personas

- Establece un Head Quarter: ¿dónde quieres recibir visitas?

Blog: nuestro Head Quarter

Acciones off-site

Acciones onsite



Etiquetas HTML Head	URL	Etiquetas HTML Body	Links Internos y Arquitectura del Sitio	Arquitectura de la Página
Título	Longitud	Repeticiones Keywords	Profundidad de Clic	Localización Keywords
Meta-Descripción	Localización Keywords	Densidad Keywords	Tasa de Links Internos	
Meta-Keywords	Subdominios Vs. Páginas	Variaciones Keywords	Links en el Contenido	Estructura del Contenido
Meta-Robots		Encabezados h1-h2-h3-h4		
Rel="Canonical"		Atributo ALT		
Meta-Etiquetas	Separadores de Palabras	Nombre Archivo Imágenes	Links en Barra Lateral/Pló de Página	
		Uso Negrita/Cursiva		

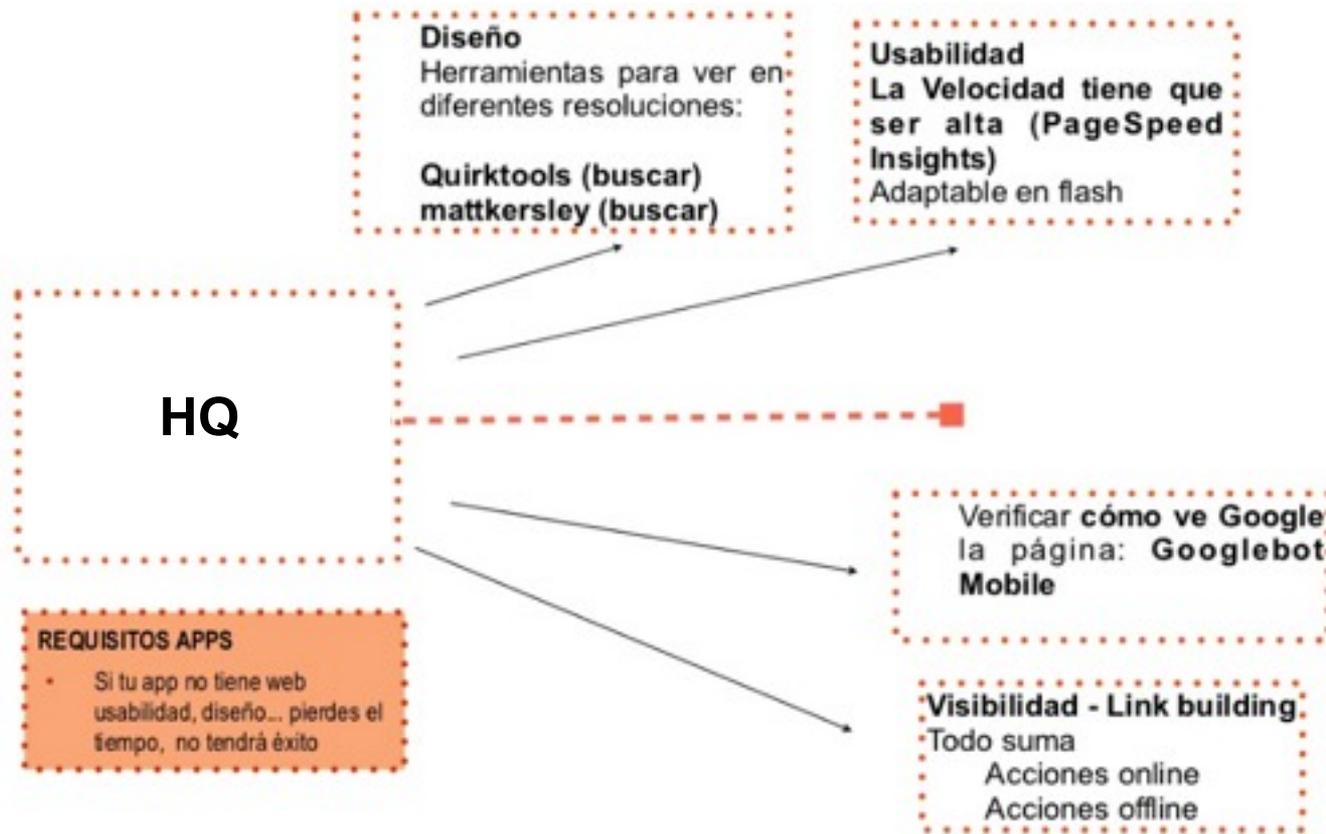


Acciones onsite: determinación de Keywords



Reputación onLine para pymes y personas

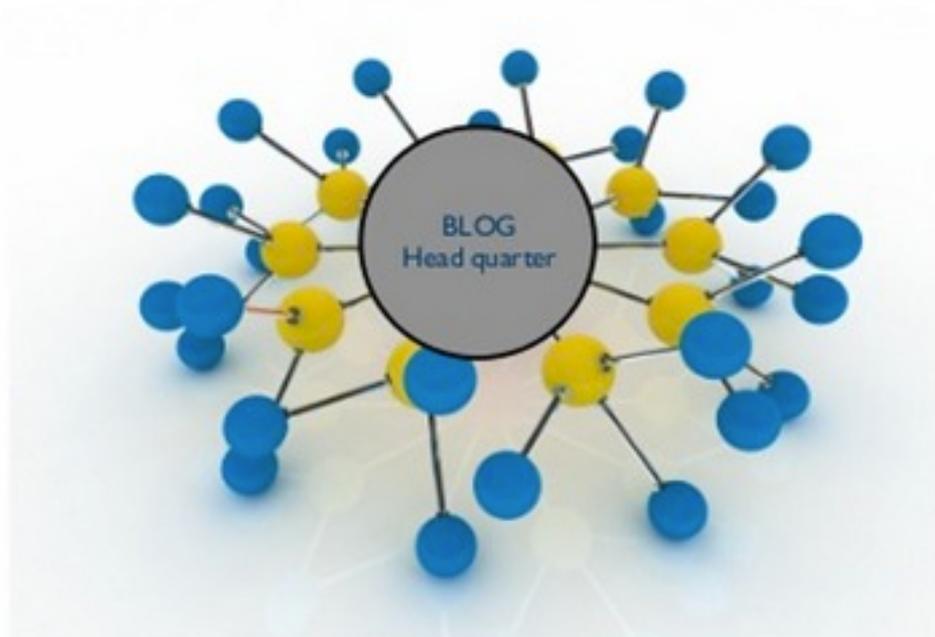
- Tu site (web, blog, app...) debe ser atractivo, óptimo, rápido, usable y social



- **Cómo distribuir tu contenido para que accedan a él tus públicos y te ayude a generar visibilidad y tu presencia online**



Acciones offsite: Creación de Red de blogs



Reputación onLine para pymes y personas

- Tras la monitorización y la observación conseguimos dibujar:

Mapping de comunidades e influenciadores



- Si queremos promocionar una app en una store
 - Diferencia fundamental:
 - **Apple** valora mucho mas las categorias, y google manda mas a los usuarios para buscar
 - Apple y Android
 - Factor más importante es search rank para palabras clave 75%
 - **Palabra clave** en el **título** muy importante, 80- 200 puntos de importancia
 - Descripción y texto opcional, pensar en esto como en la meta descripcion
 - h1, h2, y contenido es mas facil para posicionar en Google
 - SEO tools: adwords tool, anidar a los competidores para ver qué usan, appstore (titulo, descripcion, mas de 1 o 2 es snaminn)



Casos de ejemplo: identidad digital de personas





- Licenciado Ciencias de la Actividad Física y el Deporte Universidad Ramón Llull
- Grado Fisioterapia. Universidad Ramón Llull (en curso)
- Postgrado en Farmacología, suplementación y nutrición deportiva. Facultad de Farmacia UB (en curso)
- Master en Fisiología Integrativa, UB facultad biología (en curso)



Reputación onLine para pymes y personas

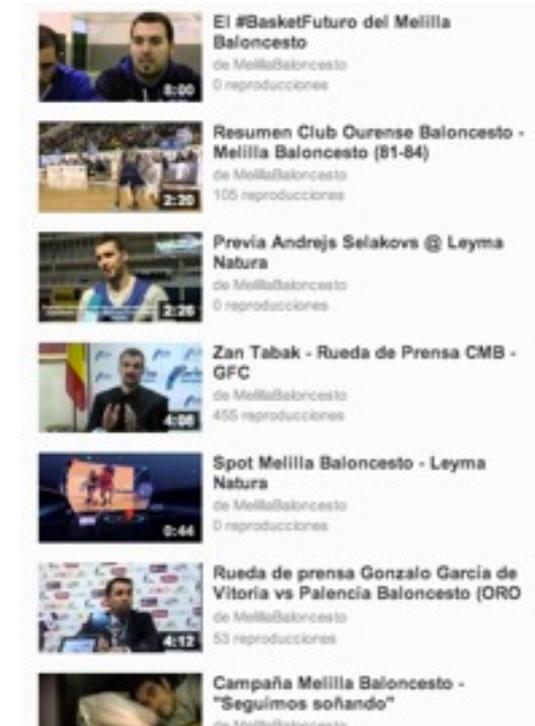


- **Melilla Baloncesto: Seguimos seguimos soñando**

- Presencia en twitter, facebook, youtube

- Cercanos
- Creativos
- Motivadores

- Actualizaciones, engagement y dispuestos



Destaco campaña: Seguimos soñando
http://www.youtube.com/watch?v=RQfELrnBVd0&feature=player_embedded

@selvaorejon
www.onbranding.es



Reputación onLine para pymes y personas



- Me llamo Josef Ajram Tares, nací en Barcelona el 5 de abril de 1978, de padre sirio y madre española. A mi abuelo paterno le debo la iniciación a la bicicleta. Me gustan pocas cosas pero con intensidad; entre ellas, la Bolsa, los deportes y los viajes.

@selvaorejon
www.onbranding.es



Reputación onLine para pymes y personas



moñaditas.com
detalles con mimo



- **Amparo Sánchez**, joven periodista de mente inquieta y amante de los pequeños detalles. Valencia.
- Me encantan las manualidades, investigar, crear, probar... y así ha nacido moñaditas. Un espacio creativo lleno de detalles con mimo
- **¿Te gusta algún detalle con mimo que has visto en esta página?**
¿Quieres regalar una moñadita? Entonces es porque estás buscando algo especial, hecho sólo para ti.
- Si quieres contactar conmigo, puedes enviarme un correo electrónico a hola@monaditas.com, También puedes llamarme por teléfono al 619038148



@selvaorejon
www.onbranding.es



Reputación onLine para pymes y personas



- **DelAmo&Frost:** Fotógrafos de Moda y retratos, Madrid.
- Web, Blog, Presencia en medios sociales



@selvaorejon
www.onbranding.es

Reputación onLine para pymes y personas



- Bere Casillas Ceremonia y Consejero Delegado de www.HombresDeModa.com, Vicepresidente de www.ClubDeProtocolo.com. Forma parte de la Comisión Ejecutiva de FAMSA (Federación Artesana de Sastre, Modistos, Creadores y Diseñadores de moda de Andalucía)
- Videomarketing
- Gracias a la ayuda de un amigo, dio un giro al enfoque de su negocio como último recurso para intentar estimular las ventas y conseguir salir delante de nuevo. Para ello hizo, y hace cada día, uso de Internet y de las más populares aplicaciones disponibles: Youtube, Twitter, Facebook, Pinterest etc... Con este giro a su negocio, ha conseguido convertir 4
- Años después a su pequeña empresa en un negocio que exporta a otros países y continentes. Una experiencia única que merece ser escuchada en vivo por su protagonista confecciona.



@selvaorejon
www.onbranding.es

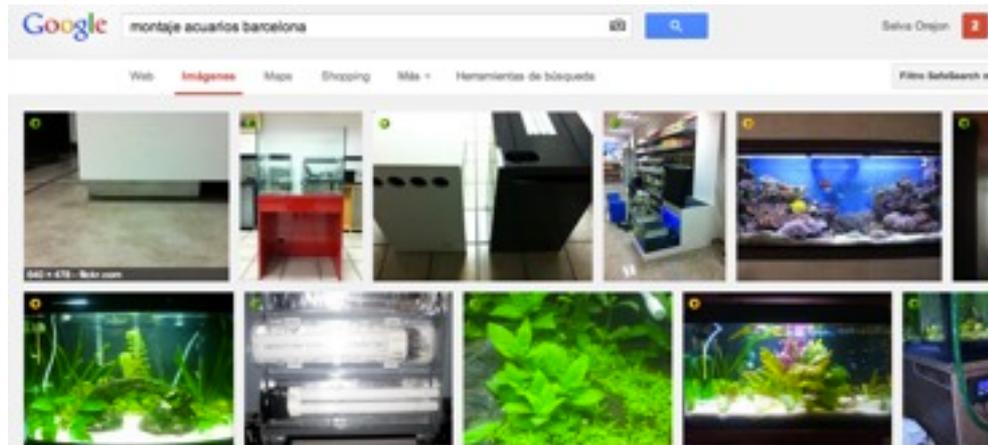
- Me llamo Isabel y escribo desde Abril de 2010 en el blog [La 5th con Bleecker St.](#)
- Así es como empecé a aprender comunicación 2.0, por casualidad. Descubrí que es lo que les gustaba a los lectores, que páginas convertían más, como hacer que mis posts llegaran a más público, como intentar competir por los primeros puestos en Google... SEO, Adwords, Webmaster Tool, anchor text... palabras que al principio me sonaban a chino y de las que ahora soy fan



Reputación onLine para pymes y personas



- Empresa de diseño de acuarios.
 - Especialistas en acuarofilia marina. Acuarios didácticos, decorativos e industriales. Ictioterapia, garra ...
 - Imágenes y contenido multimedia



@selvaorejon
www.onbranding.es



- **Muchas gracias ¿Dudas, consultas?**
- **SELVA MARÍA OREJON LOZANO**
- **onbranding.es**
- **selva@onbranding.es**
- **twitter - @selvaorejon**
- **linkedin - [linkedin.com/in/selvaorejon](https://www.linkedin.com/in/selvaorejon)**

