

DISEÑAMOS Y PUBLICAMOS TU SITIOWEB!



e-mail: directorio.sitiosweb@gmail.com www.directorio-sitios-web.doomby.es

Contáctenos
Tel Oficina 222 888 1655

MARKETING - DISEÑO WEB
Creamos la web de tu negocio
PYMES - Micrositios económicos

CONECTA TU NEGOCIO AL MUNDO
Encuentra Usuarios y Clientes

DIRECTORIO SITIOS WEB
Mc Cloud Jeans

Opportunity MX
Where is Business
Anuncios CLASIFICADOS

SITIOS WEB

f t i in

Community Manager - SitioWeb - Redes Sociales

Cada vez, es más gente la que utiliza Internet y Redes Sociales y debido a ello, en un futuro será imprescindible entender que de ello dependerá estar a la vanguardia y mantener una buena comunicación digital, para lo cual, será imprescindible contar con un **Community Manager**, y que en base a ello, **se establezcan estrategias adecuadas, tanto de comunicación como la intervención en redes sociales.**



Community Manager: Es el **profesional** responsable de **construir, gestionar y administrar la comunidad online** alrededor de una **marca en Internet**, creando y manteniendo **relaciones estables y duraderas** con clientes, fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

La principal función que desarrolla este profesional es la **creación de contenido atractivo y de calidad**.

Por lo general, el community manager no se limita a crear y redactar contenido sólo para las redes sociales, este profesional también suele encargarse de **gestionar el blog y el SitioWeb corporativo** de la empresa.

Además, el experto en redes sociales debe decidir cuál es la **mejor hora para publicar el contenido**. Para ello dispone de herramientas que le indican cuál es el momento del día (y cuál es el día de la semana) en el que el contenido va a tener mayor aceptación. También cuenta con herramientas para programar la publicación del contenido. No sólo se programará contenido para las horas de mayor audiencia, aunque por supuesto se centrara en estas franjas, también se realizarán publicaciones en el resto de franjas horarias, ya que de otra manera no se podrá llegar a todo el público objetivo.

El community manager también tiene que **monitorizar** todas las **publicaciones y novedades del sector de la empresa**, convirtiéndose en los ojos de la empresa en Internet. Esta práctica no sirve únicamente para identificar oportunidades y amenazas a tiempo, también permite detectar el contenido más relevante de la competencia y del sector. A los usuarios no nos gusta el autobombo, pero lo que sí nos gusta es el contenido que **“nos aporta valor”**. En este sentido, el community manager tiene que ofrecer contenidos orientados a esta mentalidad, aunque tenga que promocionar publicaciones de otras empresas.

Otra de las funciones del Community Manager consiste en **seguir y monitorizar sus propias publicaciones**, analizando su aceptación por parte de los usuarios. En definitiva, tiene que medir el número de votos (me gusta, favoritos, +1, etc.), el número de comentarios y las veces que se comparte el contenido.

Es vital que el Community Manager **conozca a su público objetivo**; no sólo a sus fans, también a los potenciales fans. De esta manera podrá plantear la estrategia y determinar cuáles son las acciones con las que tendrá mayor éxito entre dicho público.

Otra función crítica del Community Manager consiste en **crear relaciones estables y duraderas con los fans** para conseguir involucrarlos. Debe ser capaz de ponerse en la piel de los usuarios y darse cuenta de que no están en las redes sociales para comprar nuestros productos, sino para disfrutar. Al final, la clave del éxito de un community manager consiste en convertirse en amigo del usuario, interactuando mutuamente, para acabar convirtiéndolo poco a poco en cliente.

No podemos olvidar la función de **identificar a los prescriptores**. Un prescriptor es aquel fan que, no sólo interactúa con las publicaciones, sino que además está dispuesto a defender nuestra marca frente a críticas ajenas. El community manager debe conocer a estos prescriptores; sus gustos y motivaciones, con el fin de realizar acciones específicas orientadas a aumentar su grado de afiliación.

Redes Sociales y su importancia: Sin duda, Facebook es la red social que más influye a ciertos sectores, pero no por ello, es la única o la más efectiva, ya que, su uso es muy limitado y poder virilizar un mensaje o noticia depende de muchos factores, los “**me gusta**” otorgados aunque pueden motivar, no son un pulso real y medible del grueso de los integrantes de esa comunidad. Además hay otras redes sociales, que pueden ayudarnos a lograr diferentes objetivos, para ello, lo primero es entender y diferenciar las redes sociales, y al entender **lo que son las redes sociales**, diferenciarlas de lo que es contar con “**un sitio propio**” en la web.



Redes sociales: Son aquellas que aglutinan a un gran grupo de usuarios de internet con intereses distintos, pero unidos para poder comunicarse entre todos ellos, y exponer de manera simple, cada tema que sea de su propio interés, cada uno se puede abrir o cerrar a ello, siendo pasivos o activos según sea el caso.

Dentro de ellas, hay varias que por su importancia y gran penetración sobresalen de las todas las demás:

Facebook  - Por su naturaleza, su impacto e interrelación es más entre gente conocida y de intereses comunes, aun así, existe la posibilidad de tener además una página de negocio en Facebook (que no es un sitio propio y que tiene muchas limitantes) pero que, bien dirigida puede impactar a gran número de personas.

Twitter  - Por su naturaleza y a diferencia de Facebook, su impacto e interrelación es entre gente que no se conoce y de diversos extractos, con diferentes intereses, con conversaciones basadas en temas y noticias de actualidad, de política, y de muchos otros temas, por lo cual, con facilidad se da el debate abierto de ideas, o incluso el exponer temas en particular, en ocasiones ya que todo fluye “**en tiempo real**”, se ha conocido en 1era instancia en esta red, de eventos o noticias (ejemplo: terremotos) que más tarde se reproducirán ya en medios informativos, es por ello, que **existe una alta posibilidad de implantar tendencias (# hashtag)**, e incluso tiene una herramienta muy útil para medir los impactos e influencia.

Nota; Estas dos redes sociales **Facebook y Twitter** son de altísimo impacto pero también son diferentes entre sí, por lo cual se sugiere en lo general contar con ambas (como mínimo).

Discord  - Es una plataforma que acepta conversaciones de voz y texto, también en vídeo, muy útil para crear grupos o club's, crear debates o intercambiar ideas.

Zoom  - Es una plataforma que permite la interrelación en vídeo con audio, muy útil para reuniones de trabajo a distancia, también se puede utilizar para promociones, marketing y posicionar marcas.

YouTube  - Es un referente en cuestión de vídeos y contenido visual, mucha gente lo utiliza e incluso se puede hacer negocio con ello, ya que, contar con un vídeo o varios con muchas visualizaciones, es considerado apto para incluir publicidad, es por ello, de su importancia en cuestiones de contenido y alto impacto visual en la web, permite comentarios en cada vídeo.

Tik Tok  - Esta red social está diseñada para mostrar pequeñas cápsulas en vídeo, no son vídeo de larga duración, sino pequeños clip's, por lo cual para tener impacto hay que estarlos generando constantemente para que estos sean de actualidad.

WhatsApp  - Esta red social es una aplicación gratuita que se usa en los teléfonos celulares. Se forman grupos y se puede interactuar, existe la "versión empresarial" que permite otro tipo de interacciones (el empresarial es de paga).

Telegram  - Esta red social es una aplicación gratuita que se usa en los teléfonos celulares. Se forman grupos y se puede interactuar.

Instagram  - Esta red social, está diseñada para mostrar y compartir fotografías e imágenes, se muestra cada fotografía por separado y puede admitir comentarios y calificaciones sobre ello,

Pinterest  - Es otra red social especializada en imágenes y fotos, pero a diferencia de Instagram, aquí se van creando tableros y temas, y en ellos, se van incluyendo fotos e imágenes que al final forman un gran catálogo para cada tema en específico, es muy útil para crear catálogos en línea, Menús y recetas para un restaurante, difundirlos y recibir comentarios.

LinkedIn  - Aunque ésta es una red social más enfocada a cuestiones profesionales y es muy útil para Recursos Humanos y Tip's empresariales, pero además de ello también permite captar o influir en otro nivel de audiencia y de seguidores en redes sociales.



SitioWeb del Negocio o Empresa: Debe de ser moderno, de imagen fresca y que en general cumpla perfectamente con todo lo requerido, se puede enriquecer incluyendo mayor contenido, menús, reseñas, incrustando también en el **SitioWeb** la actividad en Twitter y Facebook, contador de visitas mide cuánta gente consulta o vista el sitio, estadísticas y análisis variados, que son datos muy útiles para implementar marketing y campañas publicitarias.

A diferencia de las redes sociales, el contenido que se puede subir al sitio web de la empresa, puede ser dirigido por medio de “tag’s”, para que los buscadores robotizados como son Google y otros, los identifiquen y tomen en cuenta, posicionando así el contenido sobre otros similares.

Tag’s, son “palabras clave” que se insertan al subir a internet un contenido, ejemplo: el tag “puebla” sirve para que cada vez que en un buscador se escriba la palabra “**puebla**”, aparezcan todos los contenidos con la palabra clave “**puebla**”, y así, con muchas otras palabras.. Se pueden insertar varias palabras en serie.. ejemplo: (**puebla, restaurantes, alimentos, comida mexicana, bar**) ..

En las búsquedas, en cada una de estas palabras aparecerá el contenido que se haya subido con “estos tag’s” en serie, en una unión de contenido y palabras clave, se pueden posicionar contenidos en la web, cabe aclarar, que en todo ello, interviene también que el contenido sea de calidad y provenga de ser posible de los llamados **SitiosWeb seguros** (“https”), los robots de los buscadores comprueban esto y dan preferencia a sitios web seguros y que estén plenamente identificados.

Además de los “tag’s” existen los “**meta tag’s**”, éstas tiene otra función, pero el procedimiento es muy similar al de los “tag’s”, y éstas son más bien con frases completas, ejemplo. “**Restaurante Comida Mexicana ubicado en la ciudad de Puebla**”, o también “**Restaurante Comida Mexicana La Casona de DON POLO**”, en estos casos, los robots en buscadores **relacionan estas frases con el SitioWeb**, ya que es ahí, en donde se integran estas meta tags.

Y en base a ello y a su contenido, aunado a la suma de visitas al sitio, se puede éste ir posicionando en los primeros lugares de búsqueda.

Como estas, hay muchas formas para optimizar y llegar a más gente (público objetivo “shoppers”), la mayoría son cuestiones técnicas pero el conocerlas, nos permite tener un panorama más amplio de lo que se puede hacer, identificando así **áreas de oportunidad y desarrollo**.

Es importante “**valor de marca**” y la importancia de resaltarla siempre, empoderándola cada vez más.

Por lo tanto habrá que definir claramente el valor de la marca, y cuál es su misión, valores y visión.

Resaltar en cada mensaje algo de ello, pero lo que nunca debe de faltar en nuestros mensajes publicitarios, es la frase o el slogan que le caracteriza “**La Magia del Sabor, Comida Tradicional**”..

Ya que con ello, se crea un sentido de **identidad y fidelidad** en nuestra comunicación **efectiva** para con los clientes/compradores “shoppers”.

Empoderando así la marca y poniendo al cliente “**al centro de todo ello**”.

Ejemplos de slogan’s de gran impacto y penetración: el “**Soy totalmente Palacio**” de El Palacio de Hierro, o “**Just Do It**” de Nike, o el “**Siempre**” de Coca-Cola, o el “**Todo México es territorio Telcel**” de Telcel, por mencionar sólo algunos de los más exitosos.

Además recordemos que la palabra **eslogan** viene del gaélico escocés y significa “**grito de guerra**”.

Un slogan - o eslogan- es una frase que identifica a un producto o servicio. Esta frase compone uno de los elementos más poderosos del **marketing**. Pues motiva, de manera efectiva, a la recordación de la marca y a su diferenciación de la competencia.

La Casona de DON POLO

INICIO / MENÚ / SOBRE NOSOTROS / CONTACTO

LA CASONA DE DON POLO
COMIDA TRADICIONAL
RESTAURANTE

Visítanos!! La Casona de DON POLO - Restaurante en Puebla

Ver más fa... Compartir

LA CASONA DE DON POLO
COMIDA TRADICIONAL
RESTAURANTE

La Casona de DON POLO ¡BIENVENIDOS! A nuestro sitio ..

Nuestra Historia

En 2017, se abrió este hermoso restaurante con el sueño de compartir el sabor de la mejor cocina poblana y lo más tradicional en esta bella ciudad.

En breve les compartiremos más sobre esta interesante historia que marcó nuestras vidas y que hoy continúa.

¡RESERVA YA!: (+52) 222 465 8277

Visita Nuestras Redes

[YouTube](#)

[Twitter](#)

[Facebook](#)

— MENÚ —
Nuestras Ofertas

Tenemos una amplia variedad de ricos platillos, consulta nuestros menú y precios

DESAYUNOS MENÚ BEBIDAS

Precios y Tarifas

Precio por diseño y publicación del SitioWeb - \$2,000.00 (en HOSTING “hospedaje” gratuito) (Básico)

Con éste “**plan básico**” su nuevo SitioWeb puede funcionar perfectamente en el internet y en “buscadores”

O si lo prefiere, para mayor capacidad puede contratar uno de los planes que ofrece el Hosting “hospedaje”



*Precios sujetos a cambio (sin previo aviso) por parte del proveedor del servicio.

Precios y Tarifas (otros servicios)

Precio por HORA - Community Manager - \$85.00

Administrador de SitioWeb y de Redes Sociales

Tiempo mínimo de contratación 1 hora 1/2 por día a la semana – 4 semanas - (510 mensuales)

Estándar Básico 1 hora por día toda la semana – 6 días – (510 semanarios)

Intermedio Básico 2 horas por día toda la semana – 7 días – (1,020 semanarios)

Profesional Básico 4 horas por día toda la semana – 7 días – (2,000 semanarios)

Precio por HORA - Diseñador en la Web - \$85.00 (fotografía, Logos, documentos)

Tiempo mínimo de contratación 1 hora, sujeto a análisis de c/proyecto (su complejidad y tiempo en diseño).

Precio por HORA - Diseñador en la Web - \$125.00 (Vídeo- Archivo de Audio)

Tiempo mínimo de contratación 1 hora, sujeto a análisis de c/proyecto (su complejidad y tiempo en diseño).