DOSSIER DE
LINK GERENCIAL
CONSULTORES

JUNIO
2017

D2.0
DESARROLLO 2.0

+ EFICIENCIA
+ PRODUCTIVIDAD
+ CONOCIMIENTO

REDES SOCIALES, LOS NUEVOS HÁBITOS DEL CIUDADANO DEL SIGLO XXI

Cada siglo tiene particularidades en cada una de las generaciones, en el caso del siglo XXI el mayor impacto que se ha generado es a nivel comunicacional, ya que las tecnologías de telecomunicaciones cambiaron radicalmente la manera en la que nos comunicamos con nuestros amigos, compañeros de trabajos y clientes, bien sea estando cerca o a miles de kilómetros de distancia. Este cambio fue gracias a los avances de la era digital en el que hoy por hoy no es necesario esperar por la correspondencia para obtener una respuesta inmediata.

LECTURAS

Clientes Globales. Es un Libro cuyo contenido brinda a los profesionales una visión global de la tecnología y sus usos comerciales, el nuevo consumidor y el mundo digital, con la finalidad de adaptarse a este nuevo entorno y mantenerse competitivo en el mercado.

Pág. 3

PARA VER

Chef a domicilio. Carl Casper un chef reconocido de la ciudad de Los Ángeles, se ve en la necesidad de retirarse de su trabajo e iniciar su propio negocio con la ayuda de su mejor amigo, su hijo y su ex esposa. En esta nueva etapa, su hijo, con su habilidad en las redes sociales, lo acerca a este mundo virtual, logrando así un inesperado éxito para el emprendimiento de su papá.

Pág. 7

FEEDBACK

7 tendencias del e-learning. Es un artículo que muestra como la capacitación a distancia gana cada día más terreno dentro de las organizaciones e instituciones académicas, debido a la capacidad de llegar a gran cantidad de personas a un costo menor, usando las tecnologías de comunicación e información.

Pág. 8

EL DATO: 93% de los clientes revisan las redes sociales de la empresa antes de concretar una compra.

LAS REDES SOCIALES SON LA NUEVA FORMA DE COMUNICACIÓN DEL SIGLO XXI

La comunicación es una necesidad que posee el ser humano de mantenerse informado de cada evento que ocurra en su entorno. Debido a esta necesidad, es que nacieron las redes sociales generando un gran impacto en la población mundial.

Las redes sociales son aplicaciones que le permiten a los usuarios mantenerse informados en fracciones de segundos de eventos que les sea de su interés. Es por ello que las grandes, medias y pequeñas empresas han tenido que cambiar su estrategia comunicacional para así captar la atención de los usuarios de estas redes y mantenerse en el mercado.

Antes los clientes debían dirigirse a las tiendas para ver qué servicios y productos se acercaban a sus requerimientos, ahora son las empresas quienes deben acercarse e interactuar con los clientes para indagar que es lo que requieren y de esta forma poder ofrecer lo que los consumidores soliciten.

Es debido a la importancia de esta temática que decidimos tocar este tema, para que puedan generar mayor empatía con los consumidores online y así diseñar nuevas estrategias comunicacionales que les permita permanecer en los primeros puestos de las Redes Sociales.

Espero que la disfruten.

Odalis Rojas

Editora

10 tips para ser visible en las Redes Sociales

Por Jeimy Chiquín

1. Tu nombre (marca) debe ir en todas partes.
2. Diseña un plan estratégico comunicacional para cada mes.
3. Comparte contenido de calidad.
4. Cumple con las normativas de cada red social para no ser sancionado.
5. Muestra quienes son los rostros detrás de la marca.
6. Posiciona tu #hashtags para que los seguidores la coloquen y puedan visualizar los demás servicios.
7. Coloca el link de tu empresa en el perfil de cada red social para que los seguidores puedan ver tu web site.
8. Pon los enlaces de todas las redes en la firma de tu correo.
9. Interactúa con tus seguidores.
10. No elimines las publicaciones viejas.

D2.0 DESAROLLO 2.0

Directora: Mary Flor Domínguez | **Editora:** Odalis Rojas. **Diseño Gráfico y Producción gráfica:** TYPOPIXEL
Redacción: Jeimy Chiquín
Desarrollo 2.0 es una publicación de **Link Gerencial,** mensual y gratuita, dirigida a clientes y relacionados interesados en las tendencias del mundo de la capacitación empresarial y sus impactos.

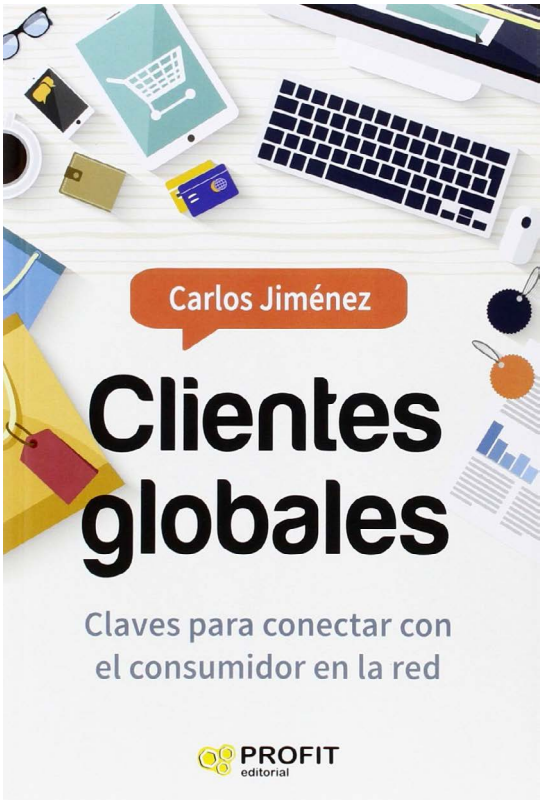
Link gerencial consultores

LA FRASE: : "En el pasado, eras lo que tenías, ahora eres lo que compartes". **Godfried Bogaard.**

Lecturas

CLIENTES GLOBALES

POR: MARY FLOR DOMINGUEZ



CLAVES PARA CONECTAR CON EL CONSUMIDOR EN LA RED.

Este libro de Carlos Jiménez, es un excelente aporte para el entendimiento del nuevo consumidor el cual es más global, más digital y tiene sus propias particularidades.

"Clientes Globales, tiene como propósito ofrecer una visión clara de los cambios que internet ha generado en la forma como los consumidores utilizan los medios electrónicos en su vida diaria y en sus procesos de compra de bienes y servicios. Esta visión busca ayudar a la empresa que desea adecuar su modelo de negocio a las demandas de los nuevos consumidores para aumentar su presencia en un mercado cada vez más globalizado."

Este libro, aporta valor para las empresas que hoy entienden el reto de la digitalización y en sus páginas podrás conocer sobre la evolución de los medios electrónicos, el impacto de internet en el comportamiento del nuevo consumidor, preparar a la empresa para entornos digitales, el uso de la publicidad en los medios electrónicos, así como un entendimiento más profundo de las redes sociales y su utilización en los negocios.

Con una mirada cercana, con datos y ejemplos de empresas latinoamericanas y de la región, Jiménez, con su libro nos ahorra tiempo y nos facilita el entendimiento de este nuevo actor en nuestras vidas: EL MUNDO DIGITAL.

EL DATO: : Facebook es la red social por excelencia de los usuarios digitales con más interacción e intermcambio de mensajes, fotos y videos.

REDES SOCIALES, LOS NUEVOS HÁBITOS DEL CIUDADANO DEL SIGLO XXI

POR: ALEJANDRO RIVERA PRATO

Ya sabemos el impacto de las redes sociales en el mundo actual, de forma avasallante, toman cada día espacios de diferentes intereses, desde el social Facebook, el más corporativo LinkedIn, el video de YouTube, y lo noticioso del Twitter, sin dejar de nombrar a Instagram y Pinterest. Cada red social tiene su objetivo, utilidad y sus usuarios cotidianos.

Hoy podemos decir que las redes sociales se han especializado, y que existe una red social para cada uso.

Una mirada pragmática, a este fenómeno social de interacción, comunicación y relación pasa por entenderlas y usarlas adecuadamente.

Las Redes Sociales Son Un Medio

Las redes sociales hoy permiten comunicarse con los clientes, comunicarse con colegas, familiares y participar e interactuar de forma diferente. Hay que entender que las redes sociales son un medio de comunicación, de entretenimiento y de educa-

ción. También son medios para la promoción y la conversación. Por lo cual ayudan y facilitan procesos humanos.

No son un fin en sí mismo, lo que significa que una empresa o un profesional no necesariamente debe estar en todas las redes sociales, sino en las que les interesa estar.

Las redes sociales, permiten amplificar nuestra voz ya que quitan barreras del mundo físico y del espacio permitiendo comunicarnos de forma inmediata con los miembros de la red social.

El Nuevo Cliente Digital

Como he comentado antes, el cambio de la tecnología ha ocasionado cambios en todos los ámbitos del ser humano, la tecnología cambió la forma de vivir, de producir, de trabajar y de consumir.

Cada ámbito tiene hoy un gran impacto de la tecnología y sus usos. El nuevo cliente digital tiene algunas características diferentes que debemos considerar al momento de pensar estrategias para el nuevo consumidor digital.

1. Los clientes hoy están siempre conectados, lo que infiere a un apego muy significativo a equipos como computadoras y celulares inteligentes, facilitándose las evaluaciones de compra y las oportunidades. La digitalización (libros, películas, servicios diversos) y el e-commerce crecen a un ritmo vertiginoso en todas las categorías.

2. El nuevo cliente digital ignora la publicidad, desconfía de ella y busca la autenticidad. Los clientes están en la red, en las redes sociales, y allí hablan y escuchan. Sienten que es mucho más valioso escuchar lo que otros iguales tienen que decir, que lo que las marcas dicen de sí mismas.

3. La inmediatez es un elemento crítico en las decisiones de compra. Podemos decir que el cliente digital es impaciente y quiere su compra o su servicio de forma rápida y simple. Un estudio reveló que el 89% considera que disponer de cualquier servicio de forma inmediata influye en su decisión de compra.

4. El cliente no solo escucha, también es activo: compra, opina, comparte sus opiniones y experiencias de servicio. El 36 % de los clientes digitales emplean las redes sociales para compartir su experiencia con relación al servicio, el 51% tiene intención de influir en la compra de futuros clientes. El 46% se muestra abierto a ser completamente honesto en sus comentarios en las redes sociales. Con relación al servicio, un 26 % comparte su experiencia de mal servicio en las redes sociales y un 23% cuando ha habido satisfacción. (Estudios hechos en España en el año 2015).

5. El cliente no quiere objetos, el cliente quiere el servicio. Los nuevos clientes digitales, no necesariamente quieren objetos, los nuevos clientes buscan experiencias memorables, personales y especiales.

El Proceso De Transformación Digital es Irreversible

No hay forma de competir en la nueva economía si no nos convertimos rápidamente en empresas y personas digitales, donde las redes sociales ocupan en espacio destacado de protagonismo y de gestión.

No son palabras apocalípticas, más bien son grandes oportunidades. Recordemos que hoy tenemos más conversaciones, con más personas y más frecuentemente. Por eso pienso que lo digital nos acerca más a las otras personas. Si es digital es más humano.

LA FRASE: En Social Media, un buen diseño no sirve de nada sin un buen contenido detrás que lo avale. **Klama Comunicación.**

49

CÓMO POSICIONAR **MI MARCA** EN LAS REDES SOCIALES

POR: JEIMY CHIQUÍN

El vender es un arte que hace unos años se realizaba de forma convencional, es decir a través de folletos, catálogos, cuñas radiales, comerciales televisivos, entre otros medios informativos; los cuales llegaban a su público objetivo de manera directa.

Pero... ¿Cómo han hecho las empresas para continuar en el mercado si los clientes ya no buscan los productos y servicios en los medios convencionales? Así como esta, son muchas las interrogantes que se realizan los directivos de las grandes, medianas y grandes empresas para seguir ofreciendo sus productos y servicios, para no desaparecer del mercado.

Y es que la nueva tendencia es el mercadeo digital también conocido como "marketing digital", el cual ha cobrado auge en los últimos años. Pero ¿cómo posicionar la marca en las Redes Sociales?

Antes de responder a esta pregunta, es importante saber que las Redes Sociales son sitios web donde las personas (clientes) realizan sus búsquedas según el interés que tengan, bien sea a nivel personal, comercial y/o laboral con el objetivo de interactuar por medio de estos sitios web. Estas redes son los lugares en donde las empresas deben posicionarse para que sean visibles a su público objetivo y de esta forma mantenerse en el mercado.

Posicionamiento Web.

Existen diferentes maneras de lograr el posicionamiento dentro de las redes sociales, el cual depende de la estrategia comunicacional que se difunda por estos medios. Es importante tener en cuenta que el mensaje comunicacional varía según:

35

- La Red Social utilizada.
- Target al que se le desea llegar.
- Contenido que se exponga, el cual debe generar valor para ese usuario.
- Es importante generar confianza en los seguidores.
- Tener una planificación de las publicaciones del contenido.

Si deseas conocer más sobre las redes sociales y su importancia, Link Gerencial ofrece el programa de Marketing Digital, el cual te permitirá hacer un mejor uso de los contenidos para generar confianza a los seguidores en las Redes Sociales

Para mayor información haz clic en el siguiente link

https://goo.gl/JVEsfT

LA FRASE: : "Tu eres la herramienta para el Social Media. Twitter es solo una aplicación para que tu crezcas e influencies a tu sociedad". **Razan Khatib**

Para Ver

CHEF A DOMICILIO

POR: JEIMY CHIQUÍN

Carl Casper un famoso chef de la ciudad de Los Ángeles, fue despedido luego de un altercado con el dueño del restaurant donde trabajaba, en el marco de una visita de un afamado crítico gastronómico. Esta situación lo hace reflexionar y repensar su futuro.

Fue a partir de ese momento cuando Casper, se ve obligado a buscar otro empleo y decide adquirir -junto a su ex-esposa y su mejor amigo- un camión de comida rápida llamado "El Jefe", dónde comienza a mejorar, crear y vender sándwiches cubanos. Su plan era viajar desde Miami hasta Los Ángeles, haciendo paradas en cada una de las ciudades y pueblos para darse a conocer. De esta manera recupera su ingenio y creatividad para sorprender a los comensales.

Gracias a su hijo Carl se abre paso en el mundo de las redes sociales de manera adecuada, ya que en el pasado cometió errores que lo hicieron popular sin quererlo. Fue en el viaje, donde Carl aprende a generar el contenido que debe subir a las Redes Sociales según el tiempo de red social a usar para así posicionar su marca y dar a conocer su producto en cada uno de los lugares a los que visitaba.

Lo interesante de este film, es que muestra como mediante las redes sociales – en este caso el "Twitter"- permite dar a conocer y posicionar una idea, una marca y hasta a personas a través de la interacción con los seguidores, el cual se logra mediante una estrategia comunicacional adecuada al público al que se le quiere llegar.

Es importante tener en cuenta que la calidad de los contenidos como: videos, imágenes, frases y/o podcasts, deben contener información de calidad; ya que es por medio de estos contenidos que los seguidores posicionaran la marca, a través de las recomendaciones en las Redes Sociales de los servicios y productos que se ofrecen, indicando que los mismos son auténticos y de buena calidad.

FICHA TÉCNICA

Título: Chef A Domicilio
Título original: Chef
País: Estados Unidos
Año: 2014
Duración: 114 minutos
Género: : Comedia
Reparto: Jon Favreau, Robert Downey Jr., Scarlett Johanson, John Leguizamo, Bobby Cannavale, Emjay Anthony, Dustin Hoffman y Sofía Vergara.

EL DATO: : En España sólo 3 empresas del IBEX35 (35 empresas con más liquidez que cotizan en el Sistema de Interconexión Bursátil Electrónico de España) cuentan con herramientas específicas, incorporadas a Facebook para la Atención del Cliente.

7 TENDENCIAS DEL E-LEARNING

POR: : JEIMY CHIQUIN

1 MOBILE LEARNING

Cursos para gente que se encuentra en constante movimiento, incluye contenidos para móvil y diseño responsivo.

2 MICRO E-LEARNING

Desarrollar píldoras de aprendizaje: videos cortos con una duración promedio de 5 a 10 minutos y documentos de 300 a 500 palabras, adaptados para dispositivos y flexibilidad del tiempo en que se pueden estudiar.

3 VIDEO

Videos, live streaming, microvideos, videos interactivos y videos generados por los alumnos.

4 SOCIAL LEARNING

La integración de redes sociales (comunidades virtuales) en una plataforma online anima a los alumnos a compartir sus experiencias, dudas, documentos y saber hacer, es contenido generado por los propios usuarios.

5 REALIDAD VIRTUAL

Realidad virtual y realidad aumentada aplicada al aprendizaje.

6 NUEVAS HERRAMIENTAS

El e-learning ya no es el modelo tradicional, ahora se deben utilizar herramientas que los usuarios manejan en su vida diaria como lo es YouTube

7 GAMIFICACIÓN

Diseño de juegos y plataformas que apoyan el juego didáctico.

Fuente: http://ojulearning.es/2017/03/las-9-tendencias-elearning-de-2017/

Si te gustó esta revista y quieres más información del mundo online, síguenos a través de www.linkgerencial.com

@linkgerencial link gerencial linkgerencial@linkgerencial.com