

Cómo crear relaciones provechosas: lanzamiento de una campaña

Autor: Cursos Vinculando - 12-12-2013

<https://vinculando.org/articulos/negocios/como-crear-relaciones-provechosas-en-el-ciberespacio-lanzamiento-de-una-campana.html>

En nuestra última clase hablamos de los aspectos técnicos que ayudan a elegir mejor a quienes vamos a dirigirnos para establecer relaciones en internet, y hoy veremos la segunda parte de este tema, relativo a las redes sociales (específicamente facebook) y aplicándolo al ejemplo de nuestra reciente campaña de cuidado de los musgos en Navidad.

Toda la información de la clase se va a referir a este artículo que, en tres semanas, ya acumuló más de 4,100 “Me gusta” y casi 170 “retweets”. ¿Cómo lo hicimos?

Anuncio de nuestra campaña y cómo puedes hacer el lanzamiento de tu producto o servicio

Tiempo

Pongo este factor al inicio por lo determinante que ha sido para el éxito de nuestra campaña. Elegir el tiempo adecuado para lanzar tu producto será clave para que tu esfuerzo de más o menos frutos.

En nuestro caso, el lanzamiento de la campaña de hizo justo después de la celebración de Día de Muertos, que es el tiempo en el que numerosas empresas también empiezan a ofrecer los primeros productos navideños. Fue un tiempo de relativa calma, de manera que hubo un espacio de menor ruido publicitario antes del “Buen fin” (México) o “Black Friday” (E.U.) que pudimos aprovechar.

La difusión se hará de inicio de noviembre hasta los días antes de Navidad, que es el tiempo en que se compran musgos y otras plantas sin saber el impacto que esto tiene en nuestro medio ambiente.

Anatomía del texto

En general, los artículos publicados en Vinculando tienen un perfil mucho más académico, pero esta nota es muy diferente debido al público al que está dirigida. Si la revisas podrás encontrar que es breve, con ideas concretas y muchas ayudas visuales, por ser este el formato que funciona mejor para los lectores que queríamos alcanzar.

Cuando prepares notas de prensa para anunciar tus productos o servicios por internet, te sugerimos crear párrafos informativos, interesantes y cortos, claramente separados por títulos elocuentes y aprovechar otros formatos como negritas, citas y listas, además de las ayudas visuales que vayan bien con tu sitio.

Tip: Un recurso que puedes usar para enriquecer visualmente tus publicaciones es Flickr, famoso sitio para compartir fotos. Aquí lo interesante es usar la **búsqueda avanzada**, pues en ella existe la opción de ver únicamente fotos que pueden usarse comercialmente sin necesidad de pagar por ellas.

Medios

El cimiento principal es el propio sitio de la revista, donde se ha puesto un banner en cada página, de manera que todos los visitantes del sitio han podido verlo y quienes se sienten interesados han hecho clic en él.

Aquí ha sido interesante observar que la proporción de clics (Click Through Rate o CTR por sus siglas en inglés) ha aumentado sensiblemente a medida que se acercan las fiestas decembrinas; presumiblemente porque es el tiempo en el que más personas consideran hacer sus compras.

Este año nuestra campaña se enfocó en usar las redes sociales para difundir nuestro mensaje, y como históricamente hemos visto que las personas en facebook interactúan mucho más que los usuarios de Twitter, centramos en aquel nuestro trabajo.

Una vez publicada la nota, la desplegamos en facebook pidiendo a nuestros usuarios que lo compartieran con sus conocidos. Aquí es importante notar que una vez que se ha subido la nota a facebook, es necesario volver a publicarla dos o tres veces más, pero variando el día y hora en el que se presenta para asegurar que un mayor número de personas la vean y la compartan.

Cómo usamos facebook

Para darle mayor visibilidad a nuestra campaña, contactamos a numerosas iniciativas de toda América Latina, a quienes les presentamos el artículo y les pedimos que lo publicaran a sus seguidores.

Si bien en muchos casos podríamos haber publicado la nota directamente, cuando lo hace el administrador de una página, se asegura que la nota sea vista por un número mucho mayor de personas, y por eso elegimos enviar mensajes y correos electrónicos en vez de publicarla nosotros.

En resumen:

Aprovechando la reputación que hemos ganado a lo largo de casi 10 años de trabajo, ha sido mucho más fácil poder acercarnos a todo tipo de instancias para solicitar su apoyo en la difusión de esta nota **en el momento adecuado**. Sumar estos dos factores le ha dado mayor impacto a esta campaña.

Creo que esta fue una parte importante del éxito en las redes sociales, y aprovecho este espacio para recordarte que uses o trabajes en mejorar la reputación de tu empresa o producto, pues ello hará más fácil que otras iniciativas quieran apoyarte.

En este caso, cabe destacar que la agencia de noticias EFE de España, dos instancias del Gobierno de Perú y páginas de Brasil y Estados Unidos ya han publicado la nota, además de varias decenas de otras organizaciones hispanas de todo tipo.