

## 12 CONSEJOS DE ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES PARA NEGOCIOS DE HOSTELERÍA

Aunque TripAdvisor es la red social más especializada para hoteleros y viajeros, también puede aprovechar las ventajas de otras redes. ¿No sabe por dónde empezar? Jamie Conroy, nuestro director ejecutivo de Social Product, ha recopilado algunos consejos para ayudarle a tomar decisiones estratégicas orientadas a su éxito en las redes sociales. Con un poco de planificación, sacará el máximo partido de su trabajo en Facebook, Twitter y otros canales de redes sociales.

### 1. DEFINA SU OBJETIVO.

¿Cuál es el principal objetivo que persigue con el uso de las redes sociales? La mayor parte de su estrategia de redes sociales debe estar orientada a ese objetivo de negocio principal.

Elemento de acción: antes de plantearse CÓMO va a utilizar las redes sociales, decida POR QUÉ desea usarlas. ¿Para aumentar su número de seguidores? ¿Para interactuar con los que ya tiene? ¿Para dar a conocer su marca? O quizás simplemente desea aumentar las reservas u ofrecer un servicio de atención al cliente.

### 2. EMPIECE CON UNA O DOS REDES.

Identifique quiénes son los viajeros a los que desea dirigirse y determine cuáles son las redes sociales que más utilizan. Es probable que desee empezar con Facebook (la red social más popular del mundo) o Twitter (que está aumentando rápidamente su número de miembros cada día).

Elemento de acción: cree un seguimiento activo en una o dos redes para comenzar. Invite a sus huéspedes a conectar con su negocio y publique con regularidad contenido interesante que deseen compartir y comentar.

### 3. DEFINA UNAS METAS QUE SEAN PERTINENTES Y CUANTIFICABLES.

Si son cuantificables le ayudarán a evaluar su rendimiento. Y unas metas orientadas a alcanzar su objetivo de negocio, darán lugar a importantes éxitos (en los que no solo intervendrá el factor "suerte").

Elemento de acción: deje que sea su objetivo de negocio principal el que establezca sus metas. Aunque siempre

está bien que 100 personas digan que les gusta una publicación de Facebook, si su meta es dar a conocer su marca, tal vez prefiera invertir sus esfuerzos en conseguir 1.000 seguidores en Twitter. Observe el rendimiento de negocios similares en las redes sociales y utilice esas cifras a la hora de decidir cuáles serán sus metas.

### 4. BUSQUE A LA PERSONA IDÓNEA PARA EL PUESTO.

Si su establecimiento es pequeño, enhorabuena: tal vez el puesto sea para usted. Si dispone de personal, busque a alguien que ya tenga experiencia con las redes sociales o que al menos se dedique a aprender todo lo relacionado con ese mundo.

Elemento de acción: evalúe a su equipo en busca de alguien con pensamiento crítico, creatividad e interés por comunicarse con sus seguidores. Plántese también quién podría dedicar entre 20 y 30 minutos al día a la gestión de sus cuentas en las redes sociales.

### 5. ORGANÍCESE CON UN CALENDARIO DE CONTENIDOS.

Imáginese dejar de ocuparse de su establecimiento transcurridos unos meses o ir a supervisar solo una vez a la semana. Del mismo modo, la presencia en las redes sociales requiere un esfuerzo constante.

Elemento de acción: cree y mantenga un calendario de contenidos con una planificación de sus próximas publicaciones. Planee los contenidos con una antelación de entre dos semanas y dos meses para no olvidarse de días festivos o eventos estacionales, pero siempre con cierta flexibilidad, pues los planes siempre pueden cambiar a última hora.

## 6. TENGA SIEMPRE A MANO CONTENIDO COMODÍN.

Además de las publicaciones de actualidad, le interesará disponer de contenido que pueda utilizar en cualquier momento. Una serie periódica puede ayudarle a fomentar la interacción y a crear fácilmente un almacén de contenido para utilizarlo cuando lo necesite.

Elemento de acción: en el caso de campañas de nivel superior, como puede ser la publicación de imágenes de los platos del menú, amplíe su perspectiva con una lluvia de ideas. Cuando tenga de tres a cinco ideas que le gusten, concéntrese en crear publicaciones específicas para cada campaña.

## 7. ESTÉ SIEMPRE AL DÍA PARA SEGUIR SUSCITANDO INTERÉS.

Con las redes sociales, la velocidad gana. Por tanto, debe encontrar un equilibrio entre el contenido comodín y las publicaciones de actualidad. Para que su contenido se difunda rápidamente, tiene que pensar y actuar con rapidez. De lo contrario, dejará pasar muchas oportunidades.

Elemento de acción: utilice publicaciones relevantes, ya sea para promocionar una oferta estacional, mencionar un evento de actualidad o caricaturizar la cultura popular. Y recuerde que tratar temas de actualidad también conlleva responder a preguntas, comentarios y quejas rápidamente.

## 8. FOMENTE LA IMPLICACIÓN DE SUS SEGUIDORES.

Parte del encanto de las redes sociales es ver cómo la gente comparte y comenta los contenidos. Eso significa inspirar y animar a sus seguidores para que ayuden a correr la voz.

Elemento de acción: incluya enlaces a sus cuentas de redes sociales en su sitio web. Envíe un mensaje de correo electrónico a su lista de correo que incluya las ventajas de añadirle, seguirle o pulsar Me gusta en su página, por ejemplo, acceso a ofertas exclusivas. También puede añadir un pie de página a sus mensajes de correo electrónico que incluya enlaces a sus cuentas de redes sociales.

## 9. ADOPTE SU MARCA Y PERSONALIDAD.

Parte de lo que diferencia a su marca es su personalidad. Si no crea una presencia de su marca en línea, ¿cómo cree que podrá atraer la atención de nuevos seguidores y de los que ya tiene?

Elemento de acción: identifique algunos adjetivos clave que describan la personalidad de su marca. Dé a sus publicaciones un tono de amabilidad, humor, exclusividad o singularidad; lo que funcione con su público objetivo.

## 10. EN FACEBOOK, RESPONDA A TODO EL MUNDO.

Cada pregunta, sugerencia, queja o felicitación es una buena oportunidad para dialogar con un posible seguidor. Aprovéchela.

Elemento de acción: demuestre su interés respondiendo en cuestión de minutos u horas si representa una gran marca, o en un plazo aproximado de un día si es un pequeño empresario. Si el usuario ha indicado que le gusta su negocio, etiquételo en su respuesta escribiendo su nombre y seleccionándolo en la lista desplegable.

## 11. EN TWITTER, OFREZCA INCENTIVOS EXCLUSIVOS.

Una forma muy eficaz de aumentar su número de seguidores es darles un motivo que justifique la mención de su negocio en sus feeds.

Elemento de acción: ofrezca acceso a promociones exclusivas, regalos, novedades y otro contenido atractivo a las personas que le sigan. Luego, cumpla la promesa como muestra de agradecimiento.

## 12. EN PINTEREST, PINEE EN EL MOMENTO OPORTUNO.

Con la mayoría de las redes sociales, se obtienen mejores resultados al publicar entre semana a media mañana o por la tarde temprano. Con Pinterest, este no es el caso.

Elemento de acción: pinee el contenido por la noche y durante el fin de semana para obtener más repines, "Me gusta" y comentarios. La actividad de Pinterest es especialmente elevada los sábados por la mañana o entre las 20:00 y la 01:00 entre semana (cuando no se está ocupado con el trabajo, los recados y los niños).