



## Cómo vender en redes sociales

## Índice

<b>1</b>	<b>Resumen</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Elegir la plataforma adecuada</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Beneficios de las redes sociales</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>Consejos para vender en...</b>	<b>6</b>
4.1	Facebook	6
4.2	Instagram	7
4.3	Pinterest	8
4.4	Snapchat	9
<b>5</b>	<b>Conclusión</b>	<b>10</b>

## 1 Resumen

Si sientes que la idea de vender en redes sociales no es para ti, no eres el único. Los asombrosos [3600 millones de usuarios](#) de todas las plataformas de redes sociales hacen que sea difícil saber por dónde empezar.

Pero vender en redes sociales trae consigo una gran oportunidad para expandir tu negocio.

Más del [56 % de los adultos](#) utilizan al menos una plataforma social.

Las tiendas online que utilizan redes sociales generan en promedio [32 % más ventas](#) que aquellas que no usan.

En esta guía encontrarás consejos sobre cómo elegir la mejor plataforma para tu negocio, así como consejos prácticos para utilizar las plataformas más populares. Una vez que hayas identificado tu público objetivo y elegido una plataforma, te mostraremos las herramientas que necesitas para empezar a vender.



## 2 Elegir la plataforma adecuada

Este primer paso es esencial para vender con éxito en redes sociales. De lo contrario, podrías acabar intentando vender en una plataforma que tu público objetivo no utiliza. Consulta el gráfico para obtener una visión general de las principales plataformas y ver cuáles se ajustan mejor a tus objetivos de marketing.

	Facebook	Instagram	Pinterest	Snapchat
<b>Usuarios</b>	2700 millones	100 millones	442 millones	249 millones
<b>Demografía</b>	Todas las edades (53 % mujeres)	18-28 años (68 % mujeres)	Edad promedio: 40 años (80 % mujeres)	13-24 años (Gen Z y Millennials, 70 % mujeres)
<b>Contenido/formato</b>	Texto, imagen y video	Imagen y video	Imagen	Imagen y video
<b>Mejor para</b>	Crear lealtad de marca	Creación de contactos B2C y conexiones personales	Creación de contactos B2C	Creación de lealtad de marca y contactos personales
<b>Retos</b>	Búsqueda orgánica baja	Se requiere creatividad	Se requieren imágenes personalizadas, público muy específico	Se requiere creatividad
<b>Ojetivo de marketing</b>	Crear una comunidad	Conectar con usuarios existentes	Generar tráfico y contactos	Concienciación de la marca y generar tráfico

Fuente: <https://www.statista.com/>



## 3 Beneficios de las redes sociales

Ahora que ya has elegido una o dos plataformas, veamos los beneficios. Aunque el aumento de las ventas es una de las ventajas de vender en las redes sociales, hay algunas otras que podrían tener un gran impacto en tu negocio.

- 1. Tu presencia de marca aumentará de forma orgánica**, impulsando la visibilidad y el tráfico hacia tu página web. ¿Crees que la gente sólo se conecta con las marcas que ya conoce en las redes sociales? De hecho, [el 60 % de los usuarios](#) de Instagram dicen que descubren nuevos productos directamente en la plataforma.
2. Los anuncios en redes sociales te permiten crear publicidad personalizada y dirigida. Estos anuncios dirigidos son más impactantes y pueden dar lugar a mayores tasas de conversión, así como a nuevos visitantes a tu tienda online. A partir de ahí, puedes dar un seguimiento de la experiencia de compra y conocer mejor los hábitos de compra.
3. Otra ventaja es la posibilidad de establecer conexiones personales con tus seguidores. **Estas interacciones a menudo pueden traducirse en una venta.** El simple hecho de estar activo en las redes sociales abre otro canal de comunicación. Piensa en ello como otro canal de ventas en el que los clientes puedan descubrir tus productos. Además, puedes activar una tienda tanto en Instagram como en Facebook y facilitar aún más la venta.

## 4 Consejos para vender en...

### 4.1 Facebook

- Facebook permite a las empresas dirigirse a un público específico por edad, profesión, intereses y aficiones. Esto crea una fantástica oportunidad para anunciar productos y crear conciencia de marca en una de las plataformas más populares del mundo.
- La clave es establecer un objetivo claro y atraer a los compradores con una llamada a la acción sencilla. El anuncio correcto, posicionado para el público adecuado, debería producir un gasto publicitario mucho más barato que la mayoría de los otros canales de publicidad digital. El [precio medio por clic](#) de un anuncio en Facebook es de \$1.86 USD (\$40 MXN aprox.), así que si tu empresa pertenece a uno de los siguientes sectores, considera la posibilidad de lanzar una campaña. [Aprende a configurar una campaña publicitaria en Facebook](#).
- Una de las mejores maneras de aprovechar el potencial de ventas de Facebook es [añadir una tienda de Facebook](#). Una vez que lo hayas hecho, podrás seguir impulsando las ventas con publicidad dinámica, remarketing o mediante publicaciones con posibilidad de comprar en Instagram.

#### Mejores productos para vender en Facebook:

- Ropa
- Productos de belleza
- Decoración del hogar
- Productos deportivos

**«Lo que diferencia a Facebook de otras plataformas de publicidad digital son sus sofisticadas opciones de segmentación del público para los anuncios. Esto permite a las empresas llegar precisamente a las personas adecuadas indicando a Facebook a quién mostrar sus anuncios en función de cualquier cosa, desde los datos demográficos del usuario hasta el comportamiento de compra online, los intereses y los acontecimientos cotidianos».**

Fuente: <https://fitsmallbusiness.com/marketing-strategies-facebook-pages/>

## 4.2 Instagram

- Con un perfil de empresa, puedes aumentar las ventas y [ampliar tu alcance con las entradas de ventas de Instagram](#). Esto permite a los seguidores y a los clientes obtener fácilmente más información sobre el producto. Los compradores pueden completar su viaje de compra, desde el descubrimiento hasta la compra, sin salir de la aplicación de Instagram. Tus entradas de ventas aparecen directamente en el feed de Instagram. [Consulta las guías de comercio](#).
- Antes de iniciar una campaña publicitaria, asegúrate de decidir cuál es el objetivo de los anuncios. Quieres impulsar las ventas, pero cada tipo de anuncio puede tener un objetivo diferente.
- Las promociones de pago te permiten alcanzar tus objetivos más rápido en comparación con el crecimiento orgánico.

### Hay diferentes tipos de anuncios de compra en Instagram:

- Anuncios de historias
  - Anuncios de carrusel
  - Anuncios de fotos
  - Anuncios de colecciones
  - Anuncios de Video
  - Anuncios en el area de exploraciónn
- La clave para publicar anuncios es: saber lo que tu público quiere ver, mantener el mensaje corto e introducir la llamada a la acción (CTA) rápidamente.

### Mejores productos para vender en Instagram:

- Ropa
- Productos de belleza
- Decoración del hogar
- Productos deportivos

**«Instagram juega un papel clave a cada paso del proceso de compra. La gente utiliza la plataforma para descubrir lo que es tendencia, investigar los productos antes de comprarlos... y cada uno de estos momentos ofrece puntos de contacto en Instagram en los que los profesionales del marketing pueden impulsar la acción».**

Fuente: <https://www.facebook.com/business/news/insights/how-instagram-boosts-brands-and-drives-sales>

## 4.3 Pinterest

- Según las estadísticas de la empresa, [433 millones de personas utilizan Pinterest para inspirarse en sus compras online de cada mes](#), y el 46 % de los usuarios están dispuestos a probar un artículo que ven en Pinterest. Al ser una plataforma mayormente visual, cualquier contenido o anuncio que produzcas aquí necesitará imágenes de alta calidad para destacar.

### Esto incluye:

- Fotos
  - Gáficos
  - Comics
  - Collages de fotos
  - Infografías
- Prueba los pines promocionales. Con las [etiquetas de Pinterest](#) tienes la posibilidad de rastrear el comportamiento de los visitantes. Puedes ver qué páginas de tu tienda ven estos clientes, qué buscan, cuántos de ellos añaden productos a su carrito de compra, completan una compra, etc. Esta información te ayudará a calcular las conversiones y, si es necesario, a ajustar tu campaña publicitaria en Pinterest para obtener mayores resultados. [Consulta las mejores prácticas para utilizar los pines promocionales](#).
  - Si no estás preparado para comprometerte con los pines promocionales o anuncios, Pinterest también es una gran plataforma para construir orgánicamente una lista de marketing por correo electrónico. Crea un pin que promueva un sorteo de un producto gratuito a cambio de su correo electrónico. Esta valiosa lista de correos electrónicos puede ser utilizada para guiar a los clientes a través del proceso de compra y generar ventas.

### Mejores productos para vender en Pinterest:

- Salud y superación personal
- Productos hechos a mano (artesanía)
- Maquillaje
- Alimentos y bebidas
- Productos digitales (e-goods)



**Recuerda que el contenido de Pinterest va dirigido a una audiencia en particular. Pinterest llama a este público «Deciders». Se trata de mujeres de entre 25 y 54 años que toman la mayoría de las decisiones de compra o que realizan alrededor del 80 % de las compras en el hogar. Si tus anuncios y productos pueden llamar la atención de este grupo de forma efectiva, Pinterest sería de gran ayuda para tu negocio.**

## 4.4 Snapchat

- Los usuarios de Snapchat suelen abrir la aplicación hasta 30 veces al día, lo que demuestra lo activos que son en la plataforma. Además, es un [60 % más probable que realicen una compra impulsiva](#) en esta plataforma. Si tu negocio encaja en el grupo demográfico, deberías considerar añadir píxel de Snapchat para rastrear y segmentar a tu público. [Crea una cuenta como empresa](#) e instala píxel en tu tienda online.
- Píxel funciona como un puente que conecta tu tienda online con Snapchat. Permite que las dos plataformas intercambien datos sobre el comportamiento de los usuarios para que tus anuncios sean más efectivos.
- Cómo funciona: píxel es un segmento de código que registra el comportamiento de los usuarios que llegan a tu tienda tras hacer clic en el anuncio de Snapchat. Podrás dar seguimiento a las páginas que ven, cuántos de ellos añaden productos a su carrito de compra, inician o completan la compra, etc. Esto te ayudará a entender mejor a tu audiencia y a ajustar las campañas de anuncios de Snapchat si es necesario.
- Para ayudarte a optimizar tus anuncios, píxel de Snapchat registra:
  - Página visitada: un usuario ve cualquier página de la tienda
  - Contenido visto: un usuario ve una página de producto o de catálogo
  - Añadido al carrito: un usuario añade un producto a su carrito de compra
  - Compra iniciada: un usuario ha añadido uno o más productos a su carrito de compra y ha procedido a la compra, pero no ha realizado el pedido. También verás un carrito abandonado en tu panel de control cuando esto ocurra
  - Facturación añadida: un usuario eligió un método de pago en el proceso de pago
  - Compra: un usuario realizó un pedido en tu tienda online
  - Buscar: un usuario ha buscado algo en tu tienda

[Cómo instalar píxel de snapchat](#)

## Mejores productos para vender en Snapchat:

- Restaurantes/comida
- Productos tecnológicos
- Eventos

## 5 Conclusión

### En resumen:

- Encuentra la plataforma adecuada que se adapte mejor a tu audiencia y objetivos
- Adopta un nuevo canal de ventas vendiendo en redes sociales
- Crea una tienda en Facebook o Instagram
- Las imágenes y los vídeos son los tipos de contenido más populares, así que construye tu estrategia social en torno a ellos
- No te limites a vender: construye una relación con tu audiencia y genera interacciones significativas para fomentar la fidelización de tus clientes
- Utiliza Facebook para la publicidad de bajo coste por clic
- Añade tu negocio a Instagram como otro punto de contacto para hablar con clientes potenciales
- Instala un píxel de Pinterest o Snapchat para dar seguimiento al comportamiento de los visitantes en tu tienda online.

### **¿Buscas una forma más sencilla de vender? Conoce Botón de compras redes sociales de IONOS.**

Con Botón de compras redes sociales, vender en redes sociales es tan simple como añadir productos y hacer cambios en una sola cuenta. Un panel de control intuitivo te ayuda a sincronizar todo en Facebook e Instagram.

**¿Qué estás esperando?** ¡Comienza a vender en redes sociales y ofrece a tus clientes una experiencia de compra única!



## Sobre IONOS

IONOS es el principal proveedor europeo de infraestructuras, servicios cloudy hosting, con más de ocho millones y medio de contratos de clientes. Nuestra cartera de productos satisface las necesidades de las empresas que quieren triunfar en el cloud: dominios, páginas web, servicios de diseño, herramientas de marketing online, servidores dedicados y soluciones IaaS. La oferta de nuestros servicios está dirigida a pymes, profesionales independientes y particulares, así como a empresas con necesidades informáticas complejas. En IONOS, la relación con el cliente es nuestra principal preocupación. Es por ello que contamos con un servicio de asesoramiento personalizado para responder a las necesidades específicas de cada uno.

### Datos de la empresa

IONOS Inc.  
2 Logan Square  
100 N 18th St., Suite 400  
Philadelphia, PA 19103  
01-800-123-8394  
[info@ionos.mx](mailto:info@ionos.mx)

**Tax identification number IONOS Inc.:**  
74-3093319

Los contenidos publicados en las siguientes URLs y subdominios son responsabilidad de IONOS Inc. y IONOS Cloud Inc.:  
[ionos.mx/pro/cloud-empresarial](https://ionos.mx/pro/cloud-empresarial), [ionos.mx/pro/object-storage](https://ionos.mx/pro/object-storage), [ionos.com/pro/devops](https://ionos.com/pro/devops), [dcd.ionos.com](https://dcd.ionos.com).

### Copyright

IONOS es titular o, en su caso, está autorizado para su uso por el legítimo titular, de todos los derechos de autor, marcas, derechos de propiedad intelectual, know-how y cuantos otros derechos guarden relación con los servicios contratados por el CLIENTE, así como de los programas de ordenador necesarios para su implementación y la información que éste obtenga sobre el mismo.

© IONOS Inc., 2022