



SOCIAL MEDIA ESTRATEGIA

1 ARO DIGITALA

SOCIAL MEDIA
ESTRATEGIA



Interneteko sare sozialek sekulako iraultza ekarri dute enpresen eta erakundeen komunikazio eta marketinean. Gero eta kontzientzia handiagoa dago sare sozialetan “egon” beharraz. Baina ez da nahikoa bitarteko hauetan presentzia izatea, izan ere, planifikaziorik eta estrategiarik gabe egoteak ondorio negatiboak ekar baititzake erakundeen ospe digitalari dagokionez.

Social media esparruko estrategia, pertsona edo erakunde jakin bati zuzendutako plana edo bide-orria da, eta bertan, honako alderdi hauek biltzen dira: helburuen identifikazioa, helburuko publikoa, sare sozialen aukeraketa, edukien estrategia edota strategiaren egokitasuna zehaztuko duten adierazleak. Social media esparruko estrategia bat lantzerakoan, askotxo dira nola edo hala eragiten duten faktoreak, hala nola, enpresaren tamaina, jarduera mota, helburuko publikoa edota jarduera aurrera ateratzeko erabiltzen dituen baliabideak.

GOOGLE
ELKARLANA ERABILTZAILEAK
FACEBOOK KOMUNIKAZIO LINKEDIN
SARE SOZIALAK
TWITTER LANKIDETZA ENPRESA
MARKETING KANPAINA
ESTRATEGIA ANALISIA

2 GURE HELBURUA



Digitaldetik, akonpainamendua eskaini nahi dugu sare sozialei buruzko estrategia planifikatu, garatu eta abian jartzeko, urrats bakoitzean “kontuz” eta “tentuz” jokatzeko premisari eutsiz, erakundearen komunikazioa eta nortasun digitala hobetzen laguntzeko asmoz.

Hauek dira Ildo estrategiko honi atxikitako zerbitzuak:

1

Sareko presentzia eta ospea hobetzea, Interneten erabiltzen dugun markaren irudi koherentea, erakargarria eta “zaindua” eskainiz (Branding digitala).

2

Erakundea, marka edo produktua dagokion jarduera-sektorearen barruan eta igorri nahi den irudiaren arabera **posizionatzea**.

3

Komunitatea sortzea erakundearen interes bertsuak dituzten sare sozialetako esparruen erabiltzaileekin.

4

Gure jarduera-esparruaren inguruko **elkarrizketak** sortzen laguntzea, eraginkorra eta erreferentea izateko.

3 METODOLOGIA

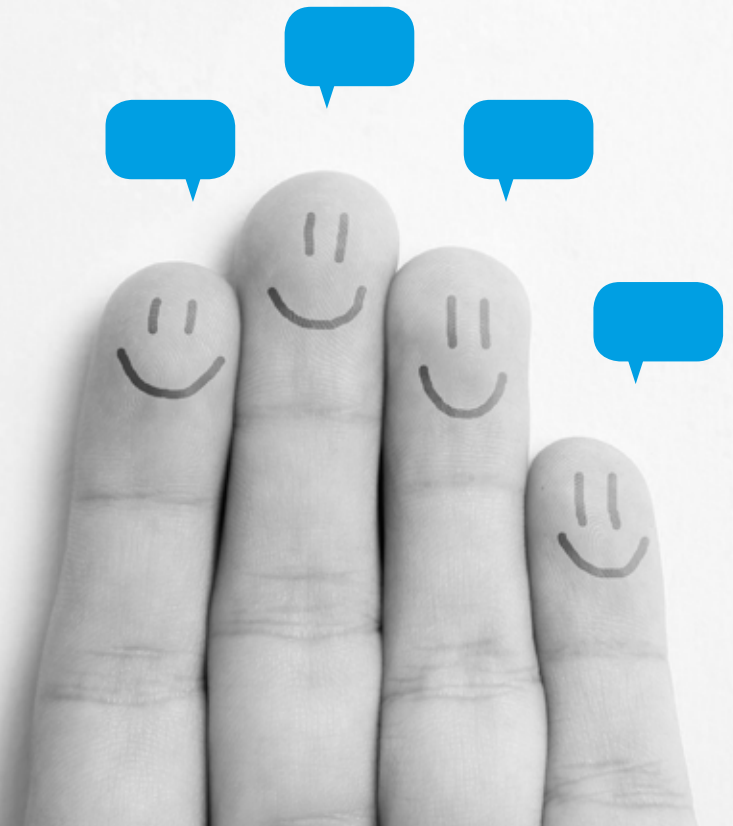


Social Media esparruko estrategia bat lantzeko, behar-beharrezkoa da horri dagokion enpresaren, jarduera-sektorearen eta merkatuaren ezagutza-maila handia izatea, eta horretarako, nahitaezkoa da Digitaldek eta enpresak lankidetzan estuan jardutea, estrategia ahalik eta gehien “zehaztu” ahal izateko.

Estrategiari buruzko dokumentua bertan ezarritako helburuak betetzeko erabiliko dugun bide-orria izango da. Guk geuk, han-hemeka ager daitezkeen gorabeheretara egokitu eta molda daitezkeen estrategia likidoa nahiago dugu.

Estrategiaren faseak:

1. Diagnostiko edo auditoretza digitala
2. Helburuen definizioa
3. Helburuko publikoa
4. Sare sozialetako presentzia sendotzeko estrategia
5. Edukien estrategia
6. Estilo-gidaliburua eta krisi-eskuliburua
7. Emaitzen neurketa



3 GURE METODOLOGIA

SOCIAL MEDIA
ESTRATEGIA



1

Diagnostiko edo auditoretza digitala: fase honetan, enpresak edo erakundeak sare sozialetan eta Interneteko beste esparru batzuetan duen presentzia aztertzen da, baina aurretiaz zabalduko kanal korporatiboak aztertzeaz gain (bloga, Facebook, Twitter, etab.), enpresa, produktu edo markari buruz esaten denaren entzute aktiboa eta monitorizazioa egiten da, sektore bereko lehiakideen egoera ere aztertuz.

2

Helburuen definizioa: edozein estrategiatan bezala, ezarritako helburuak betetzea izango da helburu horien egokitasunaren bermea. Ondorioz, helburu horiek errealistak, neurtu eta lortzeko modukoak, espezifikoak eta epemuga bati atxikitakoak izan behar dute, eta erakundearen barruko arduradunekin batera adostuko dira.

3

Helburuko publikoa eta posizionamendua: zein publikorengana (adina, sexua, jatorria, interesak, etab.) iritsi nahi dugun definitzeak gauzak egiteko modua baldintzatuko du estrategia fasean. Horrez gain, zer nolako irudia zabaldu nahi den erabaki behar da, alderdi hau ezinbestekoa baita estrategia fasean igorri beharreko eduki-motak eta balioak definitu ahal izateko.

4

Sare sozialetako presentziari buruzko estrategia: sare sozialen unibertsoa oso-oso zabala da, eta ondorioz, garrantzi handikoa da aukeratzea non nahi dugun presentzia izan, ahaleginak eta erabili beharreko baliabideak optimizatzeko.

5

Edukien estrategia: garrantzi handikoa da eduki-motak erabakitzea (irudiak, bideoak, mezu laburrak ala landuagoak, etab.) eta zein hedabideren bitartez partekatuko diren aukeratzea. Gainera, zehatz-mehatz definitu behar da nola landuko diren edukiak, ezagutza eta esperientzia barne hartuta, komunitateari balioa eman ahal izateko.

6

Estilo-gidaliburua eta krisi-eskuliburua: garrantzitsua da komunitatearekin harremanetan jartzeko erabiliko diren hizkuntza edo hizkuntzak, hitz egiteko modua eta elkarrizketa zein erantzunerako protokoloak definitzea.

7

Emaitzen neurketa: neurtzea premiazkoa da aurrera egiteko. Ondorioz, adierazle-sistema bat ezarriko da emaitzak bistaratu eta estrategia "legitimatua" edo "egokitu" ahal izateko.

4 ZER LORTUKO DUGU?



Enpresak, erakundeak edo markak Inteneten duen **irudia hobetzea**, horren inguruan aisa antzeman daitekeen kontzeptu sendoa eskainiz, Sareko ospe ona sustatu eta han-hemenka egon daitezkeen iritzi ezkorrak edo aurkakoak minimizatzeko.

Erakundeari dagokion jarduera-sektorean **posizionamendu egokia** lortzea, balizko bezeroak erakarri -bezerotzat joko ditugu zerbitzuak erabili edota produktuak erosten dituzten pertsonak- eta beste enpresa batzuekin batera aliantzak edo lankidetzak eratu ahal izateko.

Audientzia handiagoa lortzea, sare sozialek zerbitzu edo produktuei buruz zabalduko mezuen bozgorailu-lana egiten duten heinean, ohiko publizitateak dakartzan **kostuak merketuz**.

Eskainitako zerbitzuak erabili edo produktuak kontsumitu dituzten “bezeroak” **leialtzea**, zalantzak argitzea edota zuzenean harremanetan jartzea ahalbidetuko duen komunikazioaren hobekuntzaren bitartez.

Komunitateari buruzko informazio baliotsu eta baliagarria lortzea, **doako merkatu-azterketa** bat bezalakoxea, komunitatearen beharrak, interesak, iritziak eta abar bilduz, zerbitzuak egokitu edo gauzak egiteko modua aldatu ahal izateko. Komunitateari hitza ematea (partaidetza).

Salmentak areagotzea (irabazi-asmorik gabeko erakundeetan, kontzeptu hau, eskainitakoari buruzko interesa azaldu duten pertsoneri dagokie, salmenta materialaz harantzago), marka indartu eta nabarmentzearen, Sareko ospe eta posizionamendu onari irudi erakargarri bat gaineratzearen eta zehaztutako helburuak bete dituen komunikazio etra marketin estrategia egokia erabiltzearen senezko ondorio gisa.

5 GURE ESPERIENTZIA

SOCIAL MEDIA
ESTRATEGIA



Galdakaoko Udalaren sare sozialetako komunikazioaren kudeaketa

Bezeroa: Galdakaoko Udala

Urtea: 2013 –gaur egun

Egindako ekintzak:

- Internetko presentziaren diagnostikoa
- Social Media estrategia
- Entzute aktiboa eta Sarean zaintza Galdakao eta bere Udalaren gainean.
- Udalerria eta bertako erakundeen ikusgaitasuna eta ospea hobetzeko ekintzak
- Sare sozialetako kanalen kudeaketa (Twitter, Facebook, Instagram y Youtube)
- Herritarren arreta sare sozialen bitartez
- Interneteko tresnei buruzko aholkularitza Udalaren langileei



5 GURE ESPERIENTZIA

SOCIAL MEDIA
ESTRATEGIA



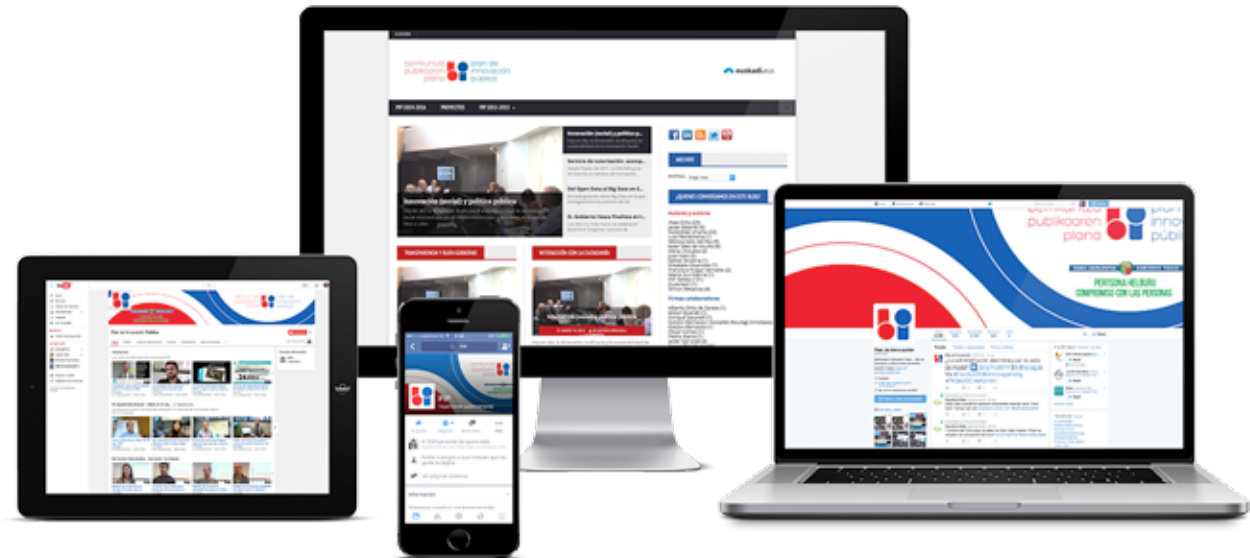
Eusko Jaurlaritzako berrikuntza publikoaren planaren partehartze eta komunikazio ekintzen dinamizazioa Interneten

Bezeroa: Eusko Jaurlaritza

Urtea: 2011 –Gaur egun

Egindako ekintzak:

- Sare sozialetako kanalen (Twitter, Facebook, LinkedIn eta Novagob) eta biltegi digitalen (Flickr, Youtube, Slideshare) kudeaketa.
- Berrikuntza publikoaren planako blog korporatiboaren kudeaketa eta dinamizazioa.
- BPPren jardueraren komunikazioa eta ekintzen hedatzea Sarean.
- Blogerako edukia sortu.
- Planaren inguruan partehartzea sustatzeko ekintzen diseinua.
- Planaren ikusgaitasuna eta komunitetari balio emateko ekintzen diseinua. (Egutegi baten diseinua, argazki lehiaketa Facebooken, “berrikuntzaren inguruan 100 esaldi” ekimenaren bilketa.



berrikuntza publikoaren plana  plan de innovación pública



5 DIGITALDE GARA

SOCIAL MEDIA
ESTRATEGIA



Digitalde Galdakaon (Bizkaia) finkatutako komunikazio digitaleko enpresa da, aholkularitza digitala, prestakuntza eta gaikuntza teknologikoa, eta Interneteko presentziari buruzko estrategia (social media eta marketina) bezalako zerbitzuak eskaintzen dituena.

Digitalde izena bi hitz hauen arteko batura da: **digital + talde**. Hau da, ingurune **digitaletako** proiektuetan integratzen den **taldea** gara.

Sarean lan egiten duen **enpresa irekia** gara. Ondorioz, parte hartzen dugun proiektuen eskura jartzen ditugu Sare hau osatzen duten profesionalak, hainbat esparrutan, aholkularitza diseinu grafikoraino, esperientzia eta ezagutza zabala dutenak.

Gure lanak **artisans aholkularitzaren** filosofia du oinarri, gauzak ondo egitearen harrotasunari atxikita. Gure balio diferentziala, proiektu bakoitza lantzeko erabiltzen dugun mimoarekin lotuta dago, proiektu guztietarako gauza bera egitea dakarten estandarretatik ihes eginez, baita profesionaltasunarekin ere, lankidetzeta bakoitza proiektu paregabea bihurtuz.

Hementxe gauzazu:

Digitalde Comunicación en Red S.L.

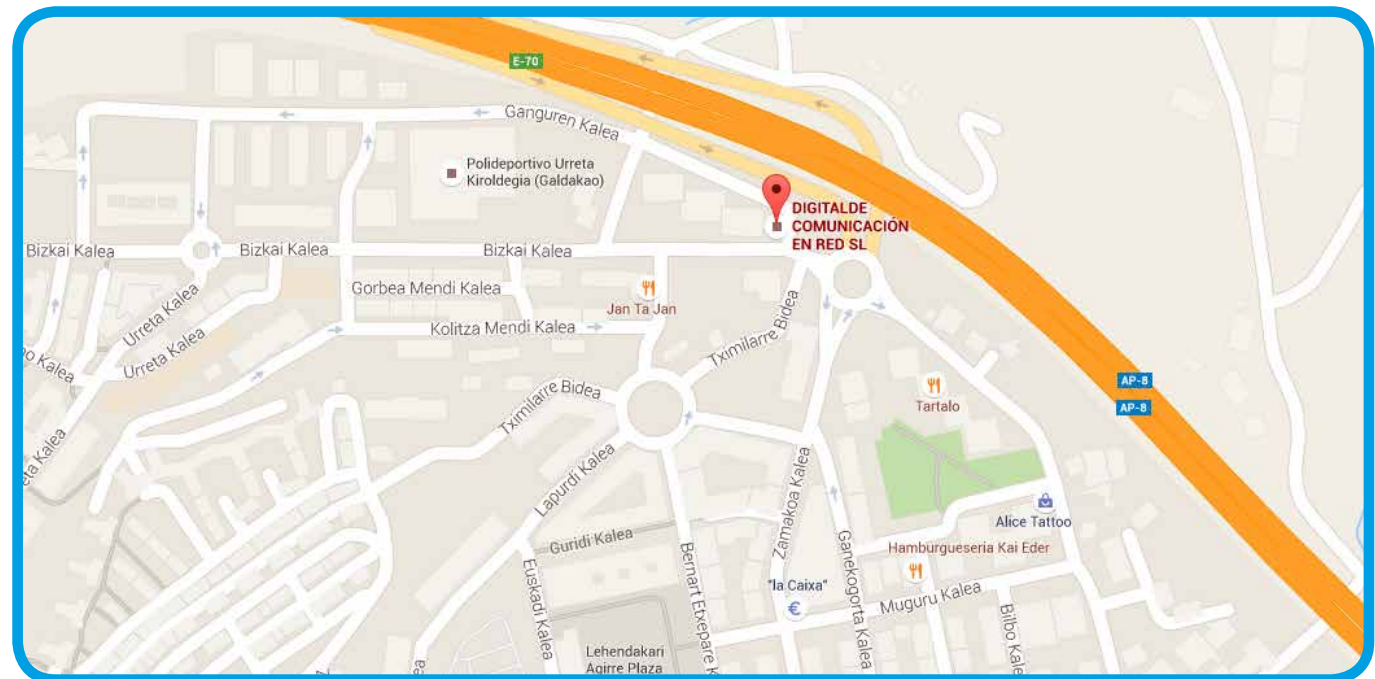
Bizkai kalea 38, B solairuartea, 2. moduloa
48960 Galdakao (Bizkaia)

Tfn: 652724637

Web: www.digitalde.eus

Email: info@digitalde.eus

Twitter: [@digitaldeON](https://twitter.com/digitaldeON)



5 TALDEA ETA SAREA

SOCIAL MEDIA
ESTRATEGIA



Digitaldeko taldea 3 pertsona hauek osatzen dugu:



Naiara Pérez de Villarreal

Hedabide sozialetan eta marketin digitalean espezializatutako Artisau Aholkularia, eta Internet eta tresna digitaletan espezializatutako aholkularia.

naiara@digitalde.eus
@naiarapzv



Mikel Sánchez

Sare sozialetako aholkularia eta Social Media Strategist. Edukien elaborazioa, analitika, bilatzaileetako posizionamendua (SEO) eta SEM (Google Adwords-eko ziurtapena)

mikel@digitalde.eus
@mikelsb

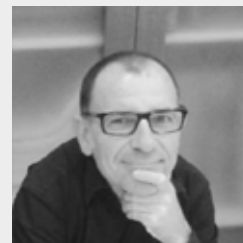


Ane Martínez Recio

Internet eta tresna digitaletako aholkularia, prestakuntza, gaikuntza eta coaching teknologikoan trebatutako aditua.

ane@digitalde.eus
@kizkur

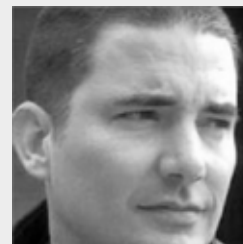
Hauetz gain, gurekin batera lankidetzan jardun ohi duen profesional-sare sendoa dugu, honako pertsona hauek tarteko dituen, besteak beste:



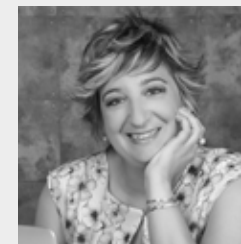
Julen Iturbe-Ormaetxe
Artisau aholkularia



Itxaso Diaz
Bideasta eta dokumentalista



Asier Etxebeste
Aholkularia eta programatzailea



Maika Prado
Diseinatzailea eta ilustratzailea



digitalde
/eginaz ikasi