



ComfortReady HOME

Real Comfort. Real Savings. Real Smart.



Comfort Ready Home es un programa patrocinado por Bonneville Power Administration y sus compañías de servicios públicos en el noroeste.

Guía de Prácticas Recomendadas para el Uso de Redes Sociales por Contratistas

Agosto 2023



Tabla de contenido



1. Objetivos
2. Eligiendo una o más redes sociales
3. Estrategias de contenido
4. Prácticas recomendadas
5. Indicadores de éxito

Objetivos

Los contratistas pueden usar las redes sociales para

- 1. Diferenciar** su marca de negocio.
- 2. Construir** una comunidad.
- 3. Aumentar** su número de seguidores y participación.
- 4. Atraer** nuevos clientes.



Diferenciando tu marca de negocio

Mantener una presencia activa en las redes sociales ayuda a tu compañía a destacarse de la competencia a través de:

- Darle voz y personalidad a tu marca de negocio para hacerla más atractiva y ayudar a mantener la atención de tu audiencia.
- Demostrar que tu compañía se mantiene activa y al alcance. ¡No olvides revisar tus mensajes directos!
- Demostrar consistencia en tus mensajes y contenido, lo que ayuda a inspirar confianza.

Construyendo una comunidad

Al publicar contenido e interactuar con tus seguidores en las redes sociales, recuerda que estás creando una comunidad. Al igual que tener clientes satisfechos puede traerte buenas referencias y nuevas oportunidades de trabajo, monitorear y manejar bien tu audiencia en las redes sociales da buenos resultados.

Los defensores de tu marca de negocio, o "superfans", proporcionan marketing de boca en boca valioso y único a un costo relativamente bajo y pueden ser clave para una estrategia de crecimiento exitosa.



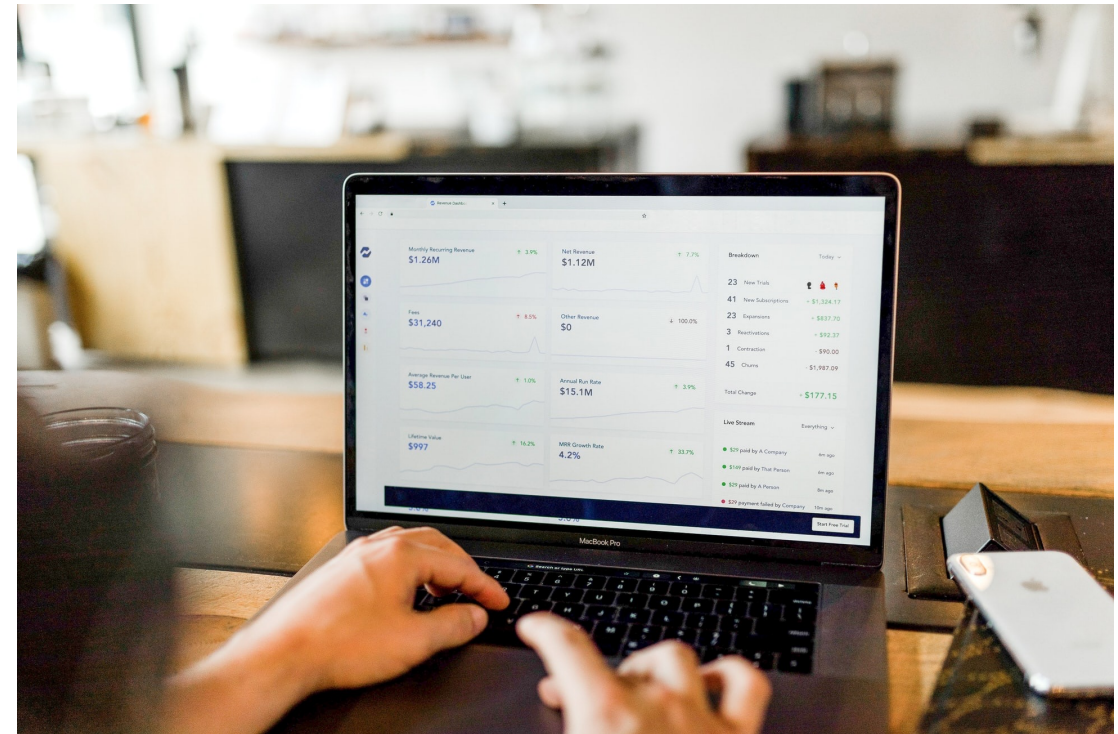
Aumentando la participación y la cantidad de seguidores

Al aumentar tu nivel de actividad en las redes sociales puedes crear un ciclo de comunicación positivo con muchos beneficios:

- Tus publicaciones comenzarán a alcanzar a más y más usuarios, muchos de los cuales viven en el territorio donde das servicio y representan nuevas oportunidades de negocio.
- Los seguidores que estén considerando realizar mejoras de eficiencia energética pensarán en tu compañía antes que en otras.
- Tener una gran cantidad de interacciones en tus redes sociales, como comentarios o clics en “me gusta” y “compartir”, les da credibilidad a tus publicaciones y sirve como un gesto de aprobación.

Atrayendo nuevos clientes

Por supuesto, el objetivo final es utilizar las redes sociales para aumentar el crecimiento de tu negocio, pero eso requiere tiempo, dedicación, muchos intentos y muchos errores. Recuerda que la paciencia es importante.



Eligiendo una o más redes sociales

¿Qué plataformas debes usar?

Algunas plataformas de redes sociales se adaptan mejor a ciertos tipos de contenido. Elige la que mejor se adapte a tu mensaje o publica en varios canales.

Facebook



- Una excelente plataforma para contar historias.

Úsalo para:

- Diferenciar tu marca de negocio.
- Construir una comunidad.
- Aumentar la cantidad de seguidores y participación.
- Atraer nuevos clientes.

X/Twitter



- Ofrece información y noticias en tiempo real.

Úsalo para:

- Diferenciar tu marca de negocio.
- Construir una comunidad.
- Aumentar la cantidad de seguidores y participación.
- Atraer nuevos clientes

Instagram



- Perfecto para compartir información, fotos y videos “en el momento” .

Úsalo para:

- Diferenciar tu marca de negocio.
- Aumentar participación y la cantidad de seguidores.
- Mostrar ejemplos reales de tu trabajo, como fotos de antes y después.

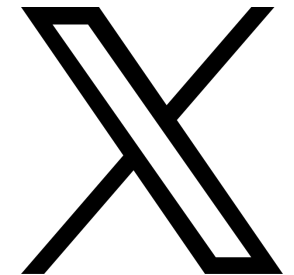
Consejos para usar Facebook

- Los mejores momentos para publicar son los lunes, martes y miércoles por la mañana.
- Evita sonar repetitivo al hablar siempre del mismo tema, y en vez, ofrece temas nuevos e interesantes para tu audiencia.
- Tener contenido de alta calidad resultará en más participación. El algoritmo de Facebook le da prioridad al contenido que genera "interacciones positivas", y las publicaciones con buen contenido aparecen con más frecuencia en las páginas o "feeds" de los usuarios.
- No utilices demasiados mensajes promocionales (por ejemplo, frases como "¡Compra ahora!" o "¡Regístrate aquí!"). Facebook le quita prioridad a este tipo de publicaciones para que los usuarios se concentren en el contenido más orgánico.



Consejos para usar X/Twitter

- Los mejores horarios para publicar son entre las 9 a.m. y las 11 a.m., de lunes a viernes.
- Utiliza hashtags relevantes en tus tweets para aumentar la visibilidad entre los usuarios.
- Interactúa con tu audiencia, socios y miembros de la comunidad etiquetándolos y haciendo clic en “me gusta”, comentando y retuiteando sus comentarios y publicaciones.
- Sigue los servicios públicos locales, socios de la industria y miembros de la comunidad para que te mantengas interactuando con una audiencia relevante.
- En Twitter, el contenido es actualizado constantemente, así que mantén tu contenido oportuno y pertinente.
- Un mensaje corto y efectivo siempre es preferible. La atención de tu audiencia es primordial. La longitud ideal para un tweet es de 70 a 100 caracteres.



Consejos para usar Instagram

- Los mejores momentos para publicar son las tardes de lunes a viernes.
- Utiliza las “Historias/Stories” de Instagram para crear mensajes promocionales con texto y elementos visuales, y la función de “Destacados/Highlights” para fijarlas en tu perfil para darle fácil acceso a tu audiencia.
- Interactúa con tu audiencia, socios y miembros de la comunidad etiquetándolos e interactuando con sus publicaciones.
- Vuelve a compartir el contenido en el que te han etiquetado agregándolo a tus “Historias/Stories”.
- Sigue los servicios públicos locales, socios de la industria y miembros de la comunidad para que te mantengas interactuando con una audiencia relevante.



Estrategias de contenido

Piensa en un mensaje a largo plazo

Las personas usan las redes sociales para compartir y conectarse, por lo que no es una sorpresa que contar historias sea tan importante para tener una cuenta exitosa. Aunque estés representando a una compañía, tú tienes una historia que contar, con la sabiduría que has ido aprendiendo a lo largo de los años y anécdotas de tu trabajo en el campo.

Comienza por preparar un plan de contenido o un calendario editorial. Piensa en temas de actualidad o promociones futuras y cómo puedes utilizarlos como una oportunidad para contarle a tu audiencia un poco más sobre tu compañía.

Con el tiempo, tu calendario editorial ayudará a que tu presencia social sea más consistente y congruente. También puede ayudarte a eliminar la presión de tener que pensar qué publicar en el último minuto.



Comparte historias reales con impacto real

Es importante humanizar tu marca de negocio y hacer que el contenido que compartes en las redes sociales sea lo más cercano posible.

Usa un lenguaje natural y explica los términos y conceptos desconocidos. Mantén la jerga profesional al mínimo y no te concentres demasiado en los detalles técnicos. Siempre que sea posible, conecta tus historias con resultados del mundo real que cualquiera pueda entender y apreciar. Profundizar un poco más para comunicar el valor de tu marca de negocio desde un punto de vista humano hará tu contenido más atractivo a una audiencia más grande y por mucho más tiempo.

Al final, tu meta debe ser comunicar el valor de tu trabajo de la manera más clara posible, lo que generará más seguidores y una mayor participación.

Conéctate con tu comunidad

Para tu audiencia, la razón para seguir a tu compañía en las redes sociales no es solo el trabajo que haces, sino que lo estás haciendo en su comunidad.

Apóyate en este sentido de orgullo local al incluir detalles, historias e imágenes que les recuerden a tus seguidores que estás en su comunidad. Pon en contexto la historia de forma que despierte su interés y haga que tu mensaje sea más memorable. También le dará credibilidad a tu marca de negocio, lo cual es importante a largo plazo.

Especificar la localización de tu contenido también hace que tus cuentas de redes sociales atraigan a vecinos curiosos que deseen comprar mejoras de eficiencia energética para su hogar. Al mismo tiempo, puede ayudarte a evitar que desarrolles el hábito de compartir demasiadas noticias de la industria, lo que a menudo fracasa en las redes sociales que están dedicadas a una audiencia de consumidores.



¡Promociónate!

Parece obvio, pero es fácil de olvidar...

Aunque pueda parecer contradictorio, una buena regla general es limitar las publicaciones que son explícitamente promocionales a solo el 20% de lo que compartes. Piensa en estas publicaciones como aquellas que le piden algo específico a tu audiencia. Si continuamente le pides a tus seguidores que realicen la misma acción, es muy probable que tu audiencia pierda interés en tus promociones rápidamente.

El otro 80% de lo que compartes debe informar, educar y entretener a tu audiencia. Puede ser contenido que tu creas, como videos desde el campo de trabajo o consejos de un profesional, o contenido que otros hayan creado, como guías de compra o artículos interesantes. Para obtener ideas, consulta los recursos de **Comfort Ready Home** para propietarios de viviendas.

Ayuda a que tus publicaciones promocionales se destaquen con un mensaje claro y una imagen atractiva. Envía a los usuarios a una página de tu sitio web donde puedan tomar acción y obtener más información. No digas más de lo necesario; una propuesta buena y honesta debe hablar por sí misma.

Prácticas recomendadas

Completa tu perfil

- Utiliza una versión nítida y de alta resolución del logotipo de tu compañía como imagen de perfil.
- Pon una foto de portada de alta calidad que no contenga texto. Intenta con una foto de tus empleados o una foto profesional de tu ciudad.
- Incluye información de contacto en tu biografía y asegúrate de especificar tus horas de operación. Este es el primer lugar donde mucha gente confirmará esta información.
- Escribe una breve y agradable descripción de tu compañía hablando en primera persona.



Haz un control de calidad en tus publicaciones

- Comparte fotos y videos nítidos y claros, y súbelos directamente para que tu audiencia no tenga que navegar a un servicio como YouTube para verlos.
- Las publicaciones con imágenes funcionan mejor que las publicaciones con texto solamente, las actualizaciones de estado y las publicaciones con enlaces.
- Usa párrafos cortos y corta los grandes bloques de texto para que tu mensaje se pueda leer mejor.
- Etiqueta a tus socios usando su etiqueta de @nombre de usuario para mayor interacción y visibilidad.
- Usa bit.ly para crear enlaces más cortos y limpios en lugar de compartir enlaces largos y difícil de entender.
- Usa lenguaje como "nosotros", "nuestro" y "tú" para personalizar tu mensaje y hacerlo más accesible para tu audiencia.
- No tengas miedo de compartir mensajes largos en Twitter. Simplemente usa la función de "[hilo/thread](#)" para dividir tu mensaje en partes pequeñas y entendibles.

Aprende cuándo responder

A medida que crezca tu audiencia, comenzarás a recibir más comentarios en tus publicaciones, y no siempre serán positivos o incluso relevantes.

Si un problema de servicio al cliente ocurre, no tengas pánico. Responde con una disculpa y algo positivo, y pide al usuario que te llame o te envíe un mensaje directo. Esta es una buena manera de brindar atención individual y mantener una conversación potencialmente difícil fuera del ojo público.

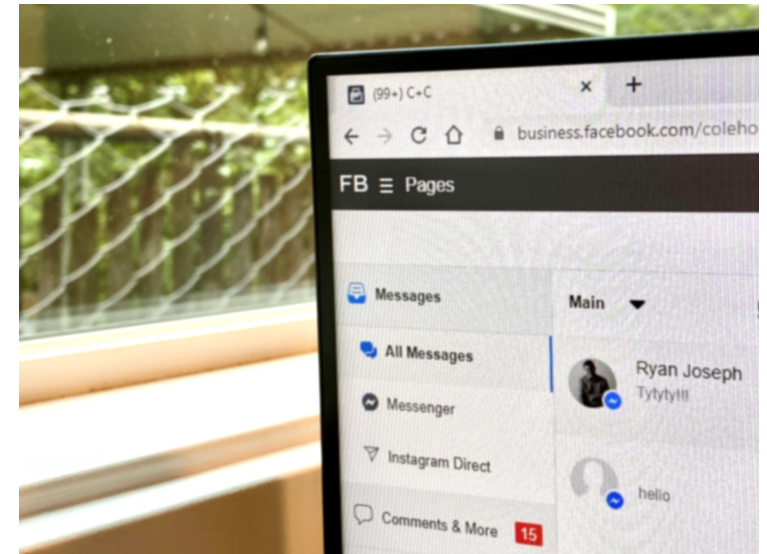
Algunos comentarios no justifican una respuesta. Si no puedes pensar en una respuesta que pueda resolver la situación, simplemente ignora el comentario.

Por supuesto, también recibirás comentarios positivos de tus seguidores. Haz clic en "me gusta" y responde, de esa manera será aún más probable que continúen apoyando tu marca de negocio.

Revisa tus mensajes directos

Cada vez es más común que los usuarios se comuniquen con las compañías directamente a través de las redes sociales en lugar de llamar o escribir un correo electrónico. Y debido a que las plataformas de redes sociales siempre están activas, las personas a menudo esperan una respuesta rápida.

Asegúrate de que tus notificaciones estén configuradas para que no te pierdas ningún mensaje. Procura tener respuestas para preguntas comunes por escrito, y recomienda a los usuarios con problemas más complicados que te contacten por teléfono.



Promueve tus publicaciones más exitosas

Si notas que una de tus publicaciones de Facebook está funcionando particularmente bien y está generando más acciones de lo normal como “me gusta”, comentarios y contenido compartido, considera pagar para promoverla para llegar a más personas, ampliando su alcance. Además de las personas a las que les gusta tu página, tú eliges a quién más dirigirte. Llega a nuevas personas eligiendo tu propia audiencia y dirigiéndote a usuarios cerca de ti que estén interesados en temas como mejoras para el hogar y eficiencia energética.

Luego, puedes elegir tu presupuesto y fechas de publicación, a partir de \$1 por día. Encontrar el mejor valor puede variar, pero puedes comenzar a difundir tu mensaje de forma rentable a partir de \$15 por día durante tres días.

Involucra a tus socios

Cuando compartas historias, noticias, fotos o videos, no olvides etiquetar e involucrar a tus socios para que puedan ayudar a dar visibilidad a tu mensaje.

- Haz un “retweet” para compartir contenido relevante (artículos, videos, infografías, etc.).
- Participa en conversaciones en las redes sociales usando tweets con citas, respuestas y compartiendo mensajes.
- Comparte información de tendencias que sea relevante para tu audiencia.

También debes prestar atención a lo que comparten tus servicios públicos locales, porque puede ser de interés para tus seguidores.

Optimiza tu sitio web

Una de las funciones principales de las redes sociales es actuar como un generador de posibles clientes. Muchas de tus publicaciones dirigirán a los usuarios a tu sitio web para obtener más información sobre tus servicios y promociones, por lo que es importante que puedan encontrar fácilmente información útil, clara y convincente en tu sitio.

- Destaca las propuestas de valor. ¿Cómo tu producto o servicio puede ayudar a que tus clientes se sientan más cómodos o ahorren dinero?
- Incluye mensajes que sean atractivos e inviten a tu audiencia a tomar acción, como "Obtén un estimado GRATIS".
- Asegúrate de que tu página de contacto sea más útil incluyendo tus horas de operación, teléfono, correo electrónico, enlaces de redes sociales y un mapa de Google o una lista de ciudades en tu territorio de servicio.
- Crea una página de preguntas frecuentes para ayudar a los visitantes a comprender las características básicas y especificaciones de los productos y servicios que ofreces.



Upgrade to High-Performance Insulation

Professionally installed insulation and air sealing helps to maintain a more constant and comfortable temperature in your home while preventing buildup of moisture and condensation.

WHY UPGRADE?

Did you know that air leakage and improperly installed insulation can waste 20% or more of the energy used to heat and cool your home? That's why air sealing and adding insulation are two of the most cost-effective ways to increase home comfort while lowering your utility bill.

Together, air sealing and professionally installed insulation will:

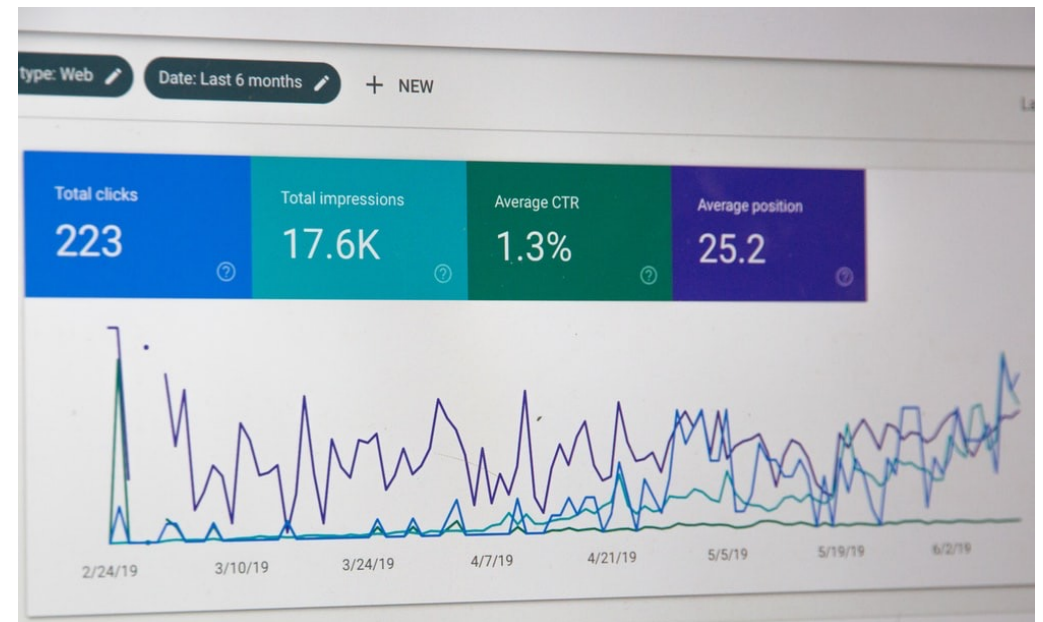
- Block uncontrolled airflow that can undermine even the most high-performance insulation systems.
- Improve heating and cooling distribution throughout the house.
- Reduce drafts, pollutants and moisture entering from the outside.

Indicadores de éxito

¿Cómo se mide el éxito?

El marcador de éxito más fácil de medir es qué tanto la gente reconoce tu marca de negocio. Usa las herramientas de análisis de Facebook, Twitter e Instagram para monitorear el crecimiento. Pon atención a lo siguiente:

- Un aumento constante de seguidores.
- Menciones de clientes.
- Una tendencia positiva en las medidas de participación como impresiones, alcance, “me gusta” y comentarios.



Preguntas



Estamos aquí para ayudar

¿Necesitas ayuda para empezar una cuenta de redes sociales? Para eso y más, comunícate con tu especialista de campo de **Comfort Ready Home**.