

PROGRAMA DE

# CRECIMIENTO de empresas sociales



**Interreg**  
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Fundo Europeu de Desenvolupament Regional



UNIÓN EUROPEA  
UNÃO EUROPEIA



Ecosistema transfronterizo  
para el fomento del emprendimiento  
y economía social con impacto  
en la Región Euroace

# MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS SOCIALES: CÓMO POTENCIAR LA COMUNICACIÓN ONLINE EN LA PROPUESTA DE VALOR



## Contenidos del webinar:

- Comunicación de empresas sociales
- Estrategias
- Herramientas
- Buenas prácticas

**Ponente: María Barco.** Directora técnica en ADIPER, empresa extremeña de servicios sociosanitarios, y SALUUS, plataforma colaborativa intergeneracional.



## Un poco de contexto...

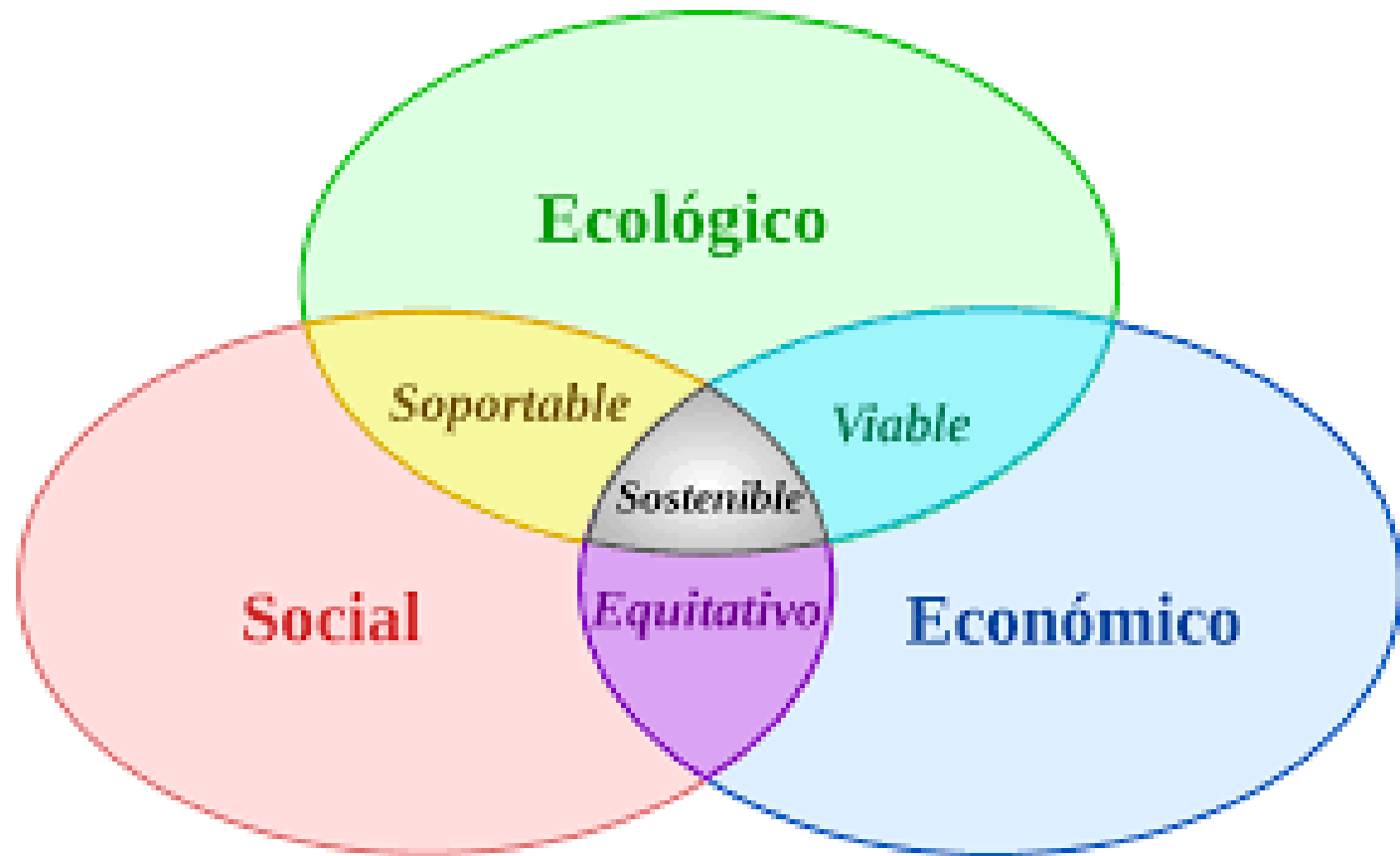
**Una empresa nace cuando una persona siente que puede satisfacer una necesidad y ve la oportunidad.**



¿Qué ocurre cuando esa empresa además integra en su ADN el cuidado y la sostenibilidad de la sociedad?



Que nace  
la empresa social



PROGRAMA DE  
**CRECIMIENTO**  
de empresas  
sociales



Un poco de  
contexto...



Una empresa social es aquella que tiene un  
impacto positivo en la sociedad y además es  
rentable como negocio

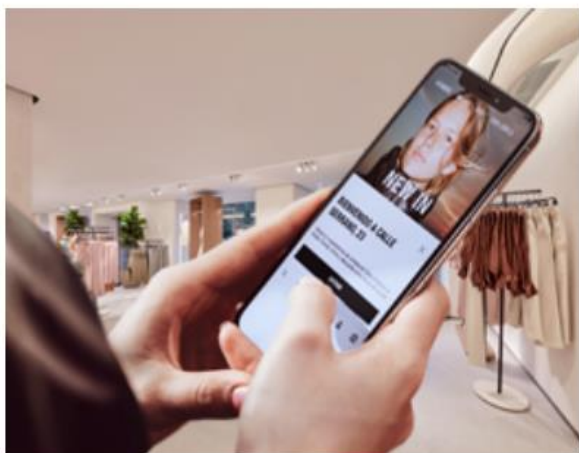
# ¿Qué diferencia hay entre RSC y Empresa Social?



Mientras una empresa social tiene una **misión** responsable y social, la RSC tiene **estrategias** que causan un impacto positivo.

Es decir, no se ha constituido para generar ese impacto positivo, sino que es una acción totalmente voluntaria, ajena a los fines de la empresa

# ULTIMAS NOTICIAS

**16 SEPTIEMBRE 2020**

Inditex regresa a beneficios y genera 734 millones de caja neta en el segundo trimestre

**16 SEPTIEMBRE 2020**

Inditex dona 750.000 prendas a través de ACNUR para necesidades humanitarias de refugiados

**16 SEPTIEMBRE 2020**

Inditex dona a la Confederación Galega de Persoas con Discapacidade cuatro máquinas para la fabricación masiva de

**05 AGOSTO 2020**

Inditex e IndustriALL colaborarán en los planes de recuperación del sector textil

# Inteligencia ambiental para ciudades saludables y resilientes

Un software para facilitar la toma de decisiones y la priorización de estrategias contra el cambio climático







**Si tu empresa es de las que tienen en su  
ADN  
generar impacto positivo en la sociedad  
y hacer una sociedad sostenible  
ENHORANUENA**



Es el momento de  
contárselo al mundo

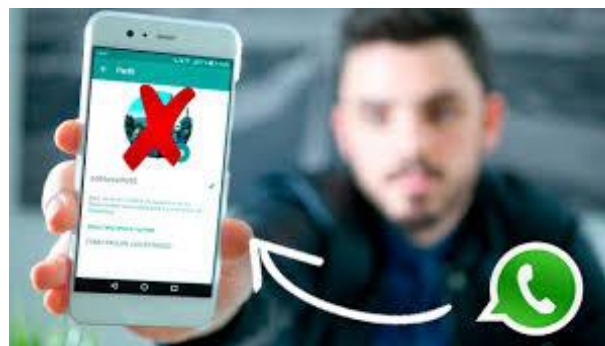
# IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

LA GENTE  
CONOCE  
AQUELLO QUE LE  
HEMOS  
MOSTRADO

SOMOS LO  
QUE  
MOSTRAMOS



PROGRAMA DE  
**CRECIMIENTO**  
de empresas  
sociales



SI EN PRIMER  
PLANO NO  
CUENTO QUIÉN  
SOY, QUÉ HAGO  
Y CÓMO...  
¿CÓMO VAN A  
CONOCERME?

# IMPORTANCIA DE LOS ODS



ADIPER comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



PROGRAMA DE

# CRECIMIENTO de empresas sociales



¿QUÉ ESTÁS  
COMUNICANDO?

- Estoy contando lo que hago.
- Cualquier persona que no me conozca de nada y vea mi página o redes, sabe a qué me dedico y cómo trabajo
- Es fácil la navegación por mi web

# ¿CÓMO ESTOY COMUNICANDO?



1. El lenguaje es el que utiliza mi avatar (cliente ideal).
2. La imagen que doy al exterior se corresponde con mi visión





Mac

iPad

iPhone

Watch

TV

Music

Soporte



# Un color puede cambiarlo todo.

Elige (RED). Salva vidas.

[Ver la colección >](#)



# Regala algo maravilloso.

[Ver regalos >](#)





YA SOMOS  
UNA COMUNIDAD DE + 600  
PARTICIPANTES  
EN + 25 PAÍSES



11ª EDICIÓN 2020

PROGRAMA ONLINE  
DE EMPRENDIMIENTO  
E INNOVACIÓN SOCIAL

PROGRAMA SOCIAL IMPACT DOERS (SID)

40h

+ de 60 videos y conferencias online con los mejores profesionales +  
ejercicios y talleres + de 20 herramientas de análisis y diseño

S\*CIAL  
ENT#RPRISE.ES



[EVENTOS #SOCENT](#)

[IMPACTO SOCIAL](#)

[INCUBADORAS](#)

[INVERSIÓN DE IMPACTO](#)

[MARKETING SOCIAL](#)

[MENTORING](#)

[MUJER](#)

[ODS](#)

[PARTICIPACIÓN CIUDADANA](#)

[RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA](#)

[SALUD](#)

[SALUD #SOCENT](#)

[SIN CATEGORÍA](#)



# ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

## Es PLANIFICAR

- Qué voy a hacer para llegar a mi cliente y captar su atención.
- Cómo voy a generar curiosidad en el cliente ideal para mí.
- Embudo de ventas



# QUÉ VOY A HACER PARA LLEGAR A MI CLIENTE Y CAPTAR SU ATENCIÓN.




1. Conocer al cliente
2. Qué palabras usa/  
busca.
3. Cómo hacer encaje  
problema - solución





# CONOZCO A MI CLIENTE IDEAL

Nombre \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_

<p>¿Qué piensa y siente?</p>  <p>¿Qué escucha?                      ¿Qué ve?</p> <p>¿Qué habla y hace?</p>	
¿Cuáles son sus dolores?	¿Cuáles son sus necesidades?

# HOJA DE PROPUESTA DE VALOR



# PRUEBA TUS SERVICIOS / PRODUCTOS A MENUDO



# GENERAR CURIOSIDAD



Un anuncio de TV debe llamar la Atención rápidamente, los primeros 5 segundos

En un mailing, el primer párrafo debe llamar nuestra atención

Las primeras 25 palabras de un vendedor sellarán su futuro frente a un cliente

En la venta por teléfono la primera frase decidirá si el cliente seguirá escuchando o colgará.

# 7 MANERAS DE GENERAR CURIOSIDAD



1. Preguntas provocativas.

A ti, ¿quién te cuida?

2. Información incompleta.

3. Sugerir la solución si dar demasiados detalles. **El banco que no es un banco**

4. Resaltar novedad y exclusividad.

**El único que ...**

5. Hechos medibles.

**Más del 50 % de los dentistas lo recomendarían**

6. Imagen y lenguaje deben de ir de la mano.

7. Referencia de cliente: efecto manada.



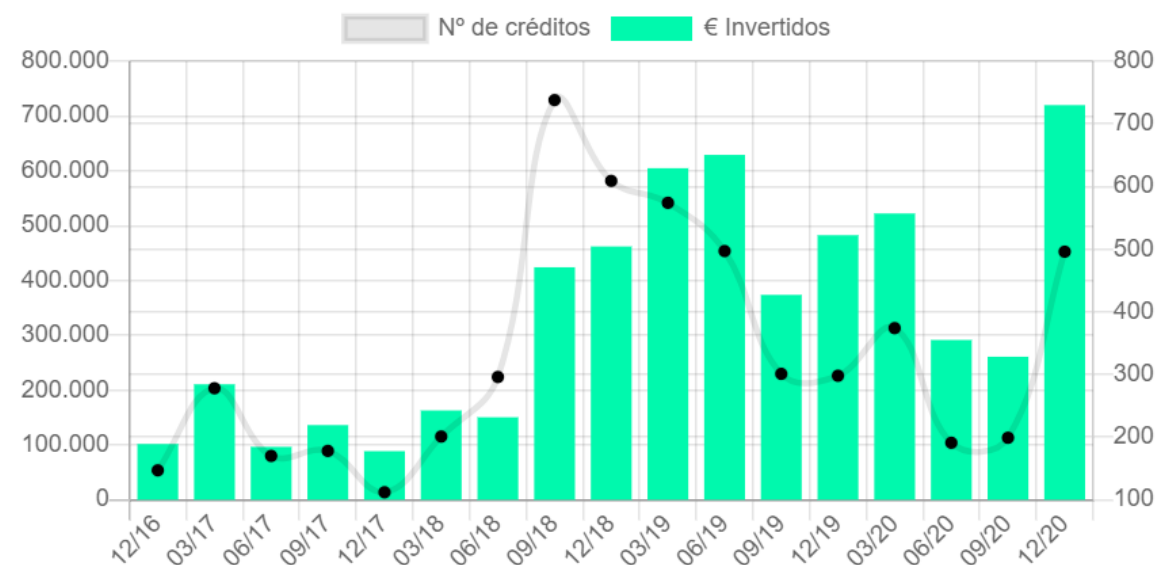


Si financias a **mujeres extraordinarias**  
ocurre lo extraordinario.

Regístrate en MICROWD

## Demostramos que la inversión de impacto es competitiva, y los inversores nos lo están reconociendo.

Creemos en un mundo en el que la responsabilidad está integrada y normalizada en cada inversión. Para llegar a ello tenemos que batir al mercado. ¡Y lo estamos haciendo!



# EMBUDO DE VENTAS



OBJETIVO\_1: Conseguir leads.



OBJETIVO\_2: Convertir leads en clientes

1. Ebook.
2. Webinar.
3. Videos.



OBJETIVO\_3: Cierre de ventas.

1. Pasarela de pago.
2. Llamada.
3. Diagnóstico.
4. Etc.



Medir la curiosidad. Esta página no permite nada más que esto.





# SALVA COMIDA, AYUDA AL PLANETA.



PROGRAMA DE

**CRECIMIENTO**

de empresas  
sociales



BUENAS PRÁCTICAS  
MARKETING



# BUENAS PRÁCTICAS MARKETING



## IMAGEN

Misma línea de imagen  
en

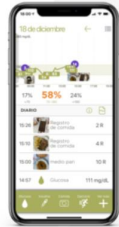
1. Web.
2. Redes.
3. Email.
4. Personal.



Insulclock

hola@insulclock.com  

Sistema universal e integral para la gestión de la diabetes



SOY PACIENTE / CUIDADOR



SOY PROFESIONAL SANITARIO



Insulclock. La ins...

Usar aplicación

Me gusta

Enviar mensaje



**Sugerir cambios**

¿Es una ubicación física que las personas pueden visitar?

Sí

No lo sé

No

Fotos

Ver todo



Videos


Ver todo



OTRAS PUBLICACIONES



Insulclock. La insulina bajo control.

20 horas · 



¡Hoy es un gran día para nosotros!

Hoy nos han comunicado el fallo del II Reto Salud AndalucíaP de la [Junta de Andalucía](#) y [Consejería de Salud y Familias](#) e Insulclock Liquid Hospital 360 es la solución ganadora 🏆

Pero esto no acaba aquí, esto es el comienzo de una gran propuesta y apuesta por la innovación pública, para lograr que la calidad de vida de los niños y niñas con diabetes de la Comunidad Autónoma de Andalucía, mejore con la implementación de Insulclock Liquid Ho... [Ver más](#)



YOUTUBE.COM

Sistema 360 - Insulclock Liquid Hospital

# BUENAS PRÁCTICAS MARKETING



## CONTENIDO

1. Publicar contenido de valor: Tiene más importancia la calidad que la cantidad.

- contenido visual.
- Contenido escrito.

ES EL MOMENTO DE PUBLICAR TU  
ÉTICA EMPRESARIAL

<https://www.facebook.com/malasmadres>





# BUENAS PRÁCTICAS MARKETING



Marketing orientado a datos

Permite

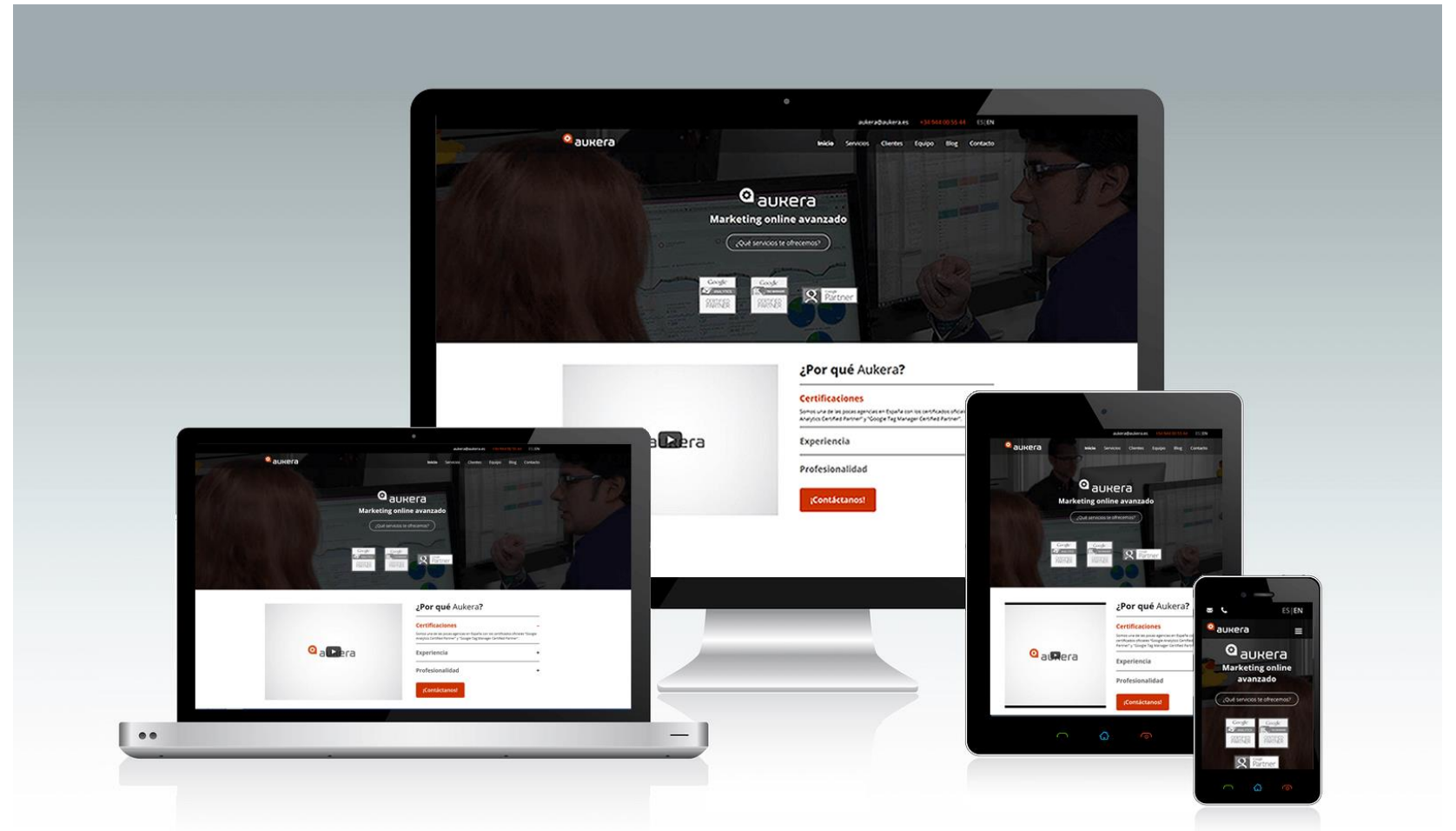
- Conocer a los clientes.
- Acercarse mejor a sus necesidades y preferencias.
- Personalizar las estrategias

**Llena tus datos y  
recibe información**

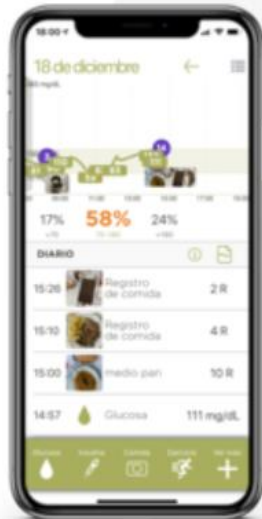
# BUENAS PRÁCTICAS MARKETING



## RESPONSIVE



# Sistema universal e integral para la gestión de la diabetes



SOY PACIENTE / CUIDADOR



SOY PROFESIONAL SANITARIO

# ERRORES



MARKETING Y REDES SOCIALES NO ES LO MISMO



# ERRORES



LOS LIKES NO SON CLIENTES.



# CRM

APOYO



LEALTAD



SERVICIO



CALIDAD



CONFIABILIDAD



MERCADEO



MEJORAS



# ERRORES

CUALQUIER HORA  
ES BUENA PARA PUBLICAR

## HORARIOS PARA RRSS

Las mejores y peores horas para que publiques tu contenido en redes sociales

AUDIENCIA ALCANCE  
COMUNIDAD

### POR LO GENERAL...

Hacemos una diferenciación entre las redes sociales empleadas en tiempo de ocio y las redes utilizadas en el ámbito laboral.

Te damos unas pautas generales. Hay otros factores que también afectan al éxito de tus publicaciones, como la calidad del contenido, tu audiencia, el sector al que quieres llegar....

FACEBOOK	TWITTER	LINKEDIN
 13.00-16.00	 13.00-15.00	 7.00-8.30
A partir de las 9.00 el tráfico comienza a crecer. El pico más alto se produce los miércoles a las 15.00. Publica los miércoles y los viernes	El tráfico comienza a crecer desde las 9.00 hasta las 14.00 durante los días laborales. Publica lunes, martes y miércoles, y evita fines de semana	Publica martes, miércoles y viernes en horario laboral. El momento perfecto: de 7.00 a 8.30 de la mañana y de 17.00 a 18.00.

GOOGLE+	TUMBLR	PINTEREST
 9.00-11.00	 19.00-22.00	 14.00-16.00
Aunque el pico más alto se sitúa el miércoles, cualquier día entre semana es adecuado para publicar. Postea por la mañana y evita publicar a partir de las 17.00.	Cualquier día de lunes a viernes es adecuado, incluso existe un pico los viernes a las 16.00. Evita postear muy pronto por la mañana y aprovecha el horario de tarde.	El horario en Pinterest es irregular. Puede publicar cualquier día de la semana, especialmente el sábado, incluso por las noches. Publica al mediodía y a partir de las 20.00.

### INSTAGRAM

  
17.00-18.00

Es recomendable publicar en día laborable, especialmente los jueves. También existe un pico los lunes a las 20.00.

Los fines de semana también hay tráfico, aunque es recomendable evitar las noches

### HAY QUE TENER EN CUENTA...

Los horarios no son fijos, existen más factores a tener en cuenta. Cada sector funciona de manera diferentes debido a que cada audiencia es distinta.

Existen diferentes herramientas que nos ayudan a conocer mejor a nuestro público, y por tanto a optimizar el horario de publicación. Hootsuite, por ejemplo, ofrece la función de "autoprogramar" y SocialBee proporciona informes para saber cuál es la mejor hora.

@aukeramarketing  
@aukeramarketing  
+AukeraMarketingonlineBilbao  
www.linkedin.com/company/aukera  
www.aukera.es/blog

aukera

PROGRAMA DE  
**CRECIMIENTO**  
de empresas  
sociales



# ERRORES

ZAPATERO A TUS ZAPATOS

MARKETING RESPONSABILIDAD DE  
PROFESIONALES





**Gracias de** 

PROGRAMA DE

**CRECIMIENTO**

de empresas  
sociales

