

Xarxes socials i màrqueting digital

El màrqueting en Xarxes Socials és una de les millors eines per generar interacció amb la nostra clientela i potencials consumidors. És un aparador per donar visibilitat i exposició a la nostra marca i per promoure el contingut que generem. Al mateix temps, ens proporciona informació i dades analítiques detallades sobre les persones que interactuen amb els nostres perfils virtuals, ajudant a definir millor les estratègies i els interessos o motivacions del nostre consumidor tipus.

En resum, una bona estratègia de màrqueting en xarxes socials és fonamental, ja que ens permet.

1. **Fer branding** - millorar la imatge, reputació, posicionament i autoritat de la marca
2. Augmentar les interaccions amb clientes i potencials clients
3. Tenir un millor posicionament en els cercadors, marketplaces i motos de cerca.

Però per aconseguir dissenyar una bona estratègia és important tenir dades amb la que construir i dissenyar els plans. Hi ha algunes eines que analitzen, gestionen i mesuren l'èxit de les campanyes. Suposen una gran ajuda per saber què funciona, actuar en conseqüència i, així, millorar l'estratègia en xarxes socials. Treballar l'optimització de les campanyes en xarxes, aprofitant les funcionalitats d'alguna d'aquestes eines, permet a les marques guanyar-se la lleialtat del públic i millorar-ne la notorietat i la reputació en línia.

- **Google Analytics:** ajuda a analitzar una pàgina web i la rendibilitat de les campanyes digitals mitjançant l'anàlisi del comportament dels usuaris en línia. Aquesta eina aporta una visibilitat necessària per al procés de presa de decisions.
- **Metricool:** permet monitorar les xarxes, planificar continguts i mesurar resultats. D'aquesta manera, es converteix en el millor suport per realitzar els ajustaments necessaris a les campanyes per optimitzar els seus resultats.
- **Hootsuite:** administrar les campanyes de diverses xarxes de forma centralitzada i comparar l'engagement de cada plataforma. A més, té l'opció de programar la publicació de continguts, monitoritzar les xarxes socials i mesurar l'èxit de l'estratègia.