



**gourmetmedia**.es  
SEVILLA | MADRID | MÁLAGA

# Gestión de redes sociales para profesionales de la hostelería





## RESUMEN JORNADA 02

Durante la jornada anterior pudimos profundizar en la creación de contenido de valor que realmente conecta con los clientes y aumenta la interacción. Mostramos cómo hacer que cada publicación tenga un propósito claro, desde promociones hasta storytelling, y cómo utilizar herramientas básicas para facilitar este proceso.

Contamos con la participación de Manuel Carrasco, gerente de Hamburdehesa, que nos relató cómo transformó su imagen de marca en redes sociales y logró expandir su negocio fuera de nuestras fronteras, convirtiéndose en un caso real de éxito que inspiró a todos los asistentes. Sin duda, una jornada llena de aprendizajes y claves accionables para potenciar la presencia digital en el sector gastronómico.





## SORTEO PARA ASISTENTES

**Solo por asistir, podrás ganar un Pack de Sesión Multimedia, que incluye:**

- 15 fotografías profesionales de tu negocio
- 3 reels editados para tus redes

Para participar, envíanos tus datos a:

**[socialmedia@mediagroup.es](mailto:socialmedia@mediagroup.es)** con el Asunto: Sorteo Hosteleros Alcalá

### **Datos requeridos:**

- ✓ Nombre y apellidos
- ✓ Nombre del negocio
- ✓ Teléfono
- ✓ Correo electrónico

✉ ¡Mejora la imagen digital de tu restaurante!



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

En esta última sesión explicaremos las herramientas de gestión de redes sociales y cómo medir el rendimiento de nuestras publicaciones y campañas.

### Seguimiento práctico

Queremos retomar algunos de los puntos tratados en la jornada anterior para evaluar cómo habéis implementado lo aprendido:

- ¿Habéis probado a usar por vuestra cuenta las herramientas sobre las que estuvimos hablando?
- ¿Qué tal la experiencia? ¿Tenéis alguna duda en concreto?
- ¿Cuál os resulta más fácil?
- Recordad que en Youtube hay muchos vídeos tutoriales en caso de que queráis profundizar más en todas las posibilidades que os brindan plataformas como Canva, el cual cuenta incluso con un canal oficial en Youtube. Simplemente busca **"Canva tutorial"** y encontrarás muchos recursos que te ayudarán a entender cómo usar la plataforma de manera efectiva.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Ejercicio Práctico: Planificación y Creación de Contenido Visual

**Objetivo:** Establecer una rutina semanal para crear contenido visual atractivo que puedas usar para promocionar tu negocio en redes sociales, con un enfoque en fotos, videos y edición sencilla.

#### Paso 1: Planificación del día de creación de contenido

1. **Destina 1 día a la semana:** Elige un día en el que tengas tiempo y puedas dedicarlo a crear contenido. Esto puede ser cualquier día en el que tu carga de trabajo sea más ligera y puedas trabajar sin muchas distracciones.
2. **Objetivo fácil de gestionar:** Establece metas realistas y sencillas. En lugar de sobrecargarte, concéntrate en hacer un buen contenido que puedas utilizar en varias publicaciones.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Paso 2: Toma de fotos y videos

#### 1. Haz 5 fotos para 2 publicaciones de carrusel:

- Elige platos, bebidas o productos que creas que tienen más potencial de atraer a tus seguidores.
- Toma las fotos en diferentes ángulos para crear variedad en las publicaciones.
- Usa la luz natural, un fondo simple y, si es posible, agrega detalles como utensilios o ingredientes en las fotos para hacerlas más atractivas.

#### 2. Haz 1 video para un reel:

Elige un proceso interesante (cómo preparar un plato, servir una bebida o mostrar cómo se elabora algo) que puedas grabar en un video corto.

Asegúrate de que el video sea dinámico y tenga una duración de entre 15 y 30 segundos. Esto es clave para Instagram Reels o TikTok.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Paso 3: Edición de las fotos

#### 1. Dedicar 1 hora al día para la edición:

- Encuentra un momento tranquilo en tu día (cuando estés menos distraído) para dedicarle tiempo a la edición.
- Utiliza Canva o un editor móvil para ajustar el brillo, contraste y saturación de las fotos.
- Aplica filtros o efectos para hacer que las imágenes sean más llamativas.

#### 2. Crea 2 carruseles temáticos:

- Agrupa las fotos en temas: por ejemplo, un carrusel sobre tus platos más populares y otro sobre bebidas o postres.
- Asegúrate de que las imágenes se complementen entre sí para contar una historia visual. Esto es crucial para hacer que el carrusel sea interesante.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Paso 4: Edición y publicación del reel

#### 1. Edita tu reel:

- Usa CapCut o cualquier otro editor que tengas disponible para cortar partes innecesarias del video y agregar transiciones suaves.
- Asegúrate de que el video sea corto, dinámico y tenga subtítulos si es necesario.
- Recuerda incluir música que combine con el tono de tu contenido.

#### 2. Sube el reel a tus redes sociales:

- Publica el reel en Instagram, TikTok o cualquier otra red social en la que tengas presencia.
- Si es posible, utiliza hashtags populares y relevantes para aumentar la visibilidad.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Paso 5: Promoción del reel (opcional)

#### 1.Promociona tu reel:

- Si deseas llegar a más personas, invierte 10€ para promocionar el reel.
- Establece una segmentación adecuada basada en tu público objetivo: ubicación, edad, intereses, etc.

#### 2.Analiza el resultado:

- Revisa las métricas de la promoción (como el alcance, interacciones, y clics).
- Aprende de los resultados y ajusta tu estrategia en futuros posts y promociones.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Resultado Esperado:

- **5 fotos** para dos publicaciones de carrusel.
- **1 video** editado como reel.

### Consejos adicionales:

- **Menos es más:** No es necesario hacer todo perfecto, lo importante es mantener una buena rutina y consistencia.
- **Sé creativo/a:** Experimenta con diferentes tipos de contenido visual y ve qué funciona mejor con tu público.
- **No te olvides del llamado a la acción:** En tus publicaciones y reels, incluye mensajes como "¡Comenta cuál es tu plato favorito!" o "Visítanos y disfruta de esta oferta". Esto generará interacción y puede atraer a más clientes.

Este ejercicio no solo te ayudará a mejorar tu presencia en redes sociales, sino que también te permitirá mantener una estrategia constante y efectiva para atraer a más clientes. ¡Ánimo y a crear contenido visual de calidad!



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Calendario de contenido y organización

- **Hashtags: cómo elegirlos y saber cuáles son mejores**
  - Investiga tu nicho: Busca hashtags que usen otros restaurantes y bares similares.
  - Usa combinaciones: Mezcla hashtags populares (#comida, #restaurante) con otros más específicos (#cocinadeautor, #tapassevillanas).
  - Herramientas útiles: Usa el buscador de Instagram y empieza a escribir una palabra. La APP te dirá los más usados.
- **Planificación semanal o mensual de publicaciones.**

En redes sociales, especialmente en hostelería, **el contenido debe ser visual, atractivo y transmitir experiencias**. No se trata solo de publicar fotos de platos, sino de contar historias y generar interacción con los clientes.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### 1. ¿De qué hablar? (Tipos de contenido que funcionan en hostelería)

#### 1. Contenido gastronómico (protagonista de tu cuenta)

##### Ejemplos:

- ✓ Platos estrella del menú con descripciones atractivas.
- ✓ Ingredientes frescos y de calidad (mostrar su origen).
- ✓ Recetas rápidas de la casa.

💡 **TIP:** Usa vídeos en formato “POV” (**punto de vista del cliente**) mostrando cómo llega el plato a la mesa.

#### Detrás de cámaras (Backstage de la cocina y el equipo)

##### Ejemplos:

- ✓ Preparación de un plato en versión acelerada.
- ✓ Día a día en la cocina: el equipo trabajando.
- ✓ Cómo se arma una mesa o bandeja perfecta.

💡 **TIP:** Grabar pequeños clips del chef cocinando y edítalos con música en tendencia.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### 3. Tips y consejos gastronómicos

#### Ejemplos:

- ✓ Maridajes recomendados con la carta.
- ✓ Cómo elegir el vino perfecto para cada comida.
- ✓ El mejor momento del día para disfrutar de ciertos platos.

💡 **TIP:** Usa carruseles en Instagram para explicar consejos en varios pasos.

### 4. Contenido de entretenimiento y viral

#### Ejemplos:

- ✓ Challenges y tendencias de TikTok con el equipo.
- ✓ Videos en los que el chef o camareros reaccionan a mitos gastronómicos.
- ✓ Encuestas divertidas para interactuar con los seguidores.

💡 **TIP:** Usa stickers de encuestas o preguntas en historias de Instagram.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### 5. Opiniones y experiencias de clientes

#### Ejemplos:

- ✓ Publicar reseñas destacadas con fotos de clientes.
- ✓ Videos estilo “preguntas rápidas” a los comensales sobre su plato favorito.
- ✓ "Día en el restaurante" desde la perspectiva de un cliente.

💡 **TIP:** Ofrece un descuento o detalle especial a los clientes que suban stories etiquetando al restaurante.

- La importancia de la consistencia.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Ejemplos de contenidos que mejor funcionan en hostelería en 2025

#### Planificación:

#### CREA UN CALENDARIO DE CONTENIDOS

| Día       | Tipo de Contenido                 | Ejemplo                                                         |
|-----------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Lunes     | Presentación de un plato estrella | 📸 Foto o reel de una tapa                                       |
| Martes    | Backstage                         | 🎥 Video del chef cocinando                                      |
| Miércoles | Interacción con seguidores        | 📊 Encuesta en Stories: "¿Cuál es tu tapa favorita?"             |
| Jueves    | Video en tendencia                | 🎵 TikTok con música de moda mostrando el ambiente del local     |
| Viernes   | Promoción especial                | 🔥 Oferta del día o menú especial                                |
| Sábado    | Experiencia del cliente           | 📸 Repost de un cliente disfrutando su comida                    |
| Domingo   | Inspiración o storytelling        | ✨ Historia curiosa sobre el restaurante o el origen de un plato |



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

**Usa Google Calendar, Trello, Notion o una simple hoja de Excel para organizarlo.**

### USA FORMATOS VARIADOS

- 📷 Fotos Platos bien presentados, ambiente del local.
- 🎬 Reels y TikToks Tendencias, recetas, interacción con clientes.
- 📊 Encuestas y preguntas en Stories Para fomentar la participación.
- 📝 Post de valor Curiosidades sobre ingredientes, consejos gastronómicos.
- 📌 Ejemplo: En TikTok, un reel de un chef explicando un plato puede ser más viral que una simple foto.

### RESUMEN FINAL

- 1 Define tu objetivo y público.
- 2 Planifica tu contenido con un calendario.
- 3 Varía formatos para mantener la atención.
- 4 Usa tendencias y música viral.
- 5 Mide los resultados y ajusta.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### 2.TIKTOK

#### Cómo crear una cuenta profesional de Tik Tok

##### Pasos

- Descarga Tik Tok y regístrate
- Si aún no tienes cuenta, descarga la app desde Google Play o App Store.
- Regístrate con un correo, número de teléfono o cuenta de redes sociales.

##### Cambia a cuenta empresarial

- Ve a tu perfil (icono en la esquina inferior derecha).
- Toca el menú de las tres líneas ( ) en la esquina superior derecha.
- Selecciona "Ajustes y privacidad" > "Administrar cuenta".
- Toca "Cambiar a cuenta de empresa" y sigue las instrucciones.

##### Configura tu cuenta empresarial

- Elige la categoría que mejor represente tu negocio.
- Completa tu perfil:
  - ✓ Foto de perfil (logo o imagen de marca).
  - ✓ Nombre de usuario alineado con tu marca.
  - ✓ Descripción clara y atractiva.
  - ✓ Enlace a tu web o redes sociales (si tienes más de 1,000 seguidores, puedes agregar un link en la bio).

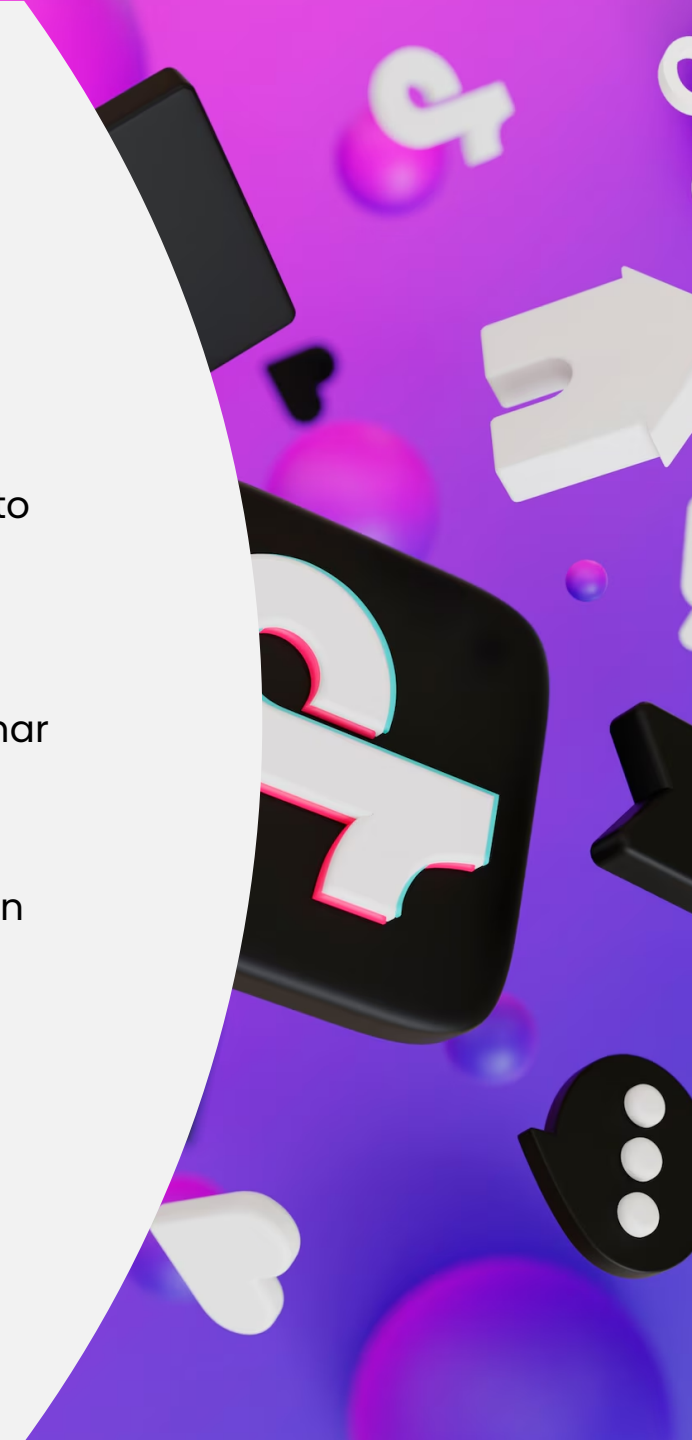




## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### PROS de una cuenta empresarial en TikTok

- **Acceso a estadísticas avanzadas.** Puedes ver datos detallados sobre el rendimiento de tus videos, seguidores y engagement.
- **Botón de contacto.** Te permite añadir un botón directo para que los clientes te escriban o visiten tu web.
- **Opción de programar videos.** Algunas herramientas de terceros permiten programar contenido con cuentas empresariales.
- **Mayor credibilidad.** Da una imagen más profesional si eres un negocio.
- **Posibilidad de hacer anuncios en el futuro.** Si en algún momento decides invertir en ads, ya tendrás la cuenta lista.





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### CONTRAS de una cuenta empresarial en tiktok

⚠ **No puedes usar música con copyright. La mayor desventaja.** TikTok restringe el uso de canciones populares por derechos de autor. Solo puedes acceder a la Biblioteca de Sonidos Comerciales, que es más limitada.

⚠ **Menos alcance orgánico.** Algunas cuentas empresariales han notado que TikTok prioriza a creadores personales en el For You Page.

⚠ **Menos opciones de duetos y stitch.** En algunos casos, hay menos opciones para interactuar con otros videos.





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### ¿Cuenta empresarial o personal?

- ✦ **Si NO haces anuncios y quieres usar música en tendencia.** Te conviene más una cuenta personal, porque tendrás acceso a toda la música popular sin restricciones.
- ✦ **Si quieres estadísticas avanzadas y opciones de contacto.** Te conviene la cuenta empresarial, pero perderás acceso a la música con copyright.
- ✦ **Opción intermedia.** Crear una cuenta personal y, si en el futuro necesitas funciones empresariales, cambiarla (pero ten en cuenta que al hacer esto podrías perder acceso a la música con copyright).

**Conclusión:** Si tu estrategia se basa en contenido viral con música en tendencia, es mejor **mantener una cuenta personal**. Si tu objetivo es más profesional y analítico, la cuenta **empresarial** puede ser una mejor opción





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Cómo crear contenido para TikTok a nivel interno: fácil y rápido

Antes de empezar, define qué vas a grabar. En hostelería, los formatos que mejor funcionan son:

- ✓ **Comida en primer plano:** Muestra platos, texturas y cortes apetitosos.
- ✓ **Detrás de cámaras (backstage):** Cocina en acción, montaje de platos, atención al cliente.
- ✓ **Tendencias y challenges:** Usa audios virales para grabar situaciones típicas del día a día.
- ✓ **Storytelling corto:** Cuenta historias en menos de 30 segundos (el origen de un plato, algo gracioso que pasó en el restaurante).
- ✓ **Clientes y equipo:** Interacción con los clientes o equipo respondiendo preguntas rápidas.

**TIP:** Usa la regla 80/20 80% entretenimiento / 20% promoción de productos.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Cómo saber qué contenido/música es tendencia

- Explora la pestaña “Para ti” y observa qué videos están siendo populares.
- Música en tendencia: Ve a la pestaña “Sonidos” en TikTok para conocer las canciones más populares y úsalas en tu contenido.

La inteligencia artificial es una herramienta clave para ahorrar tiempo y mejorar la presencia en redes sociales. Con ChatGPT puedes generar ideas de contenido, escribir textos atractivos y automatizar respuestas sin esfuerzo.

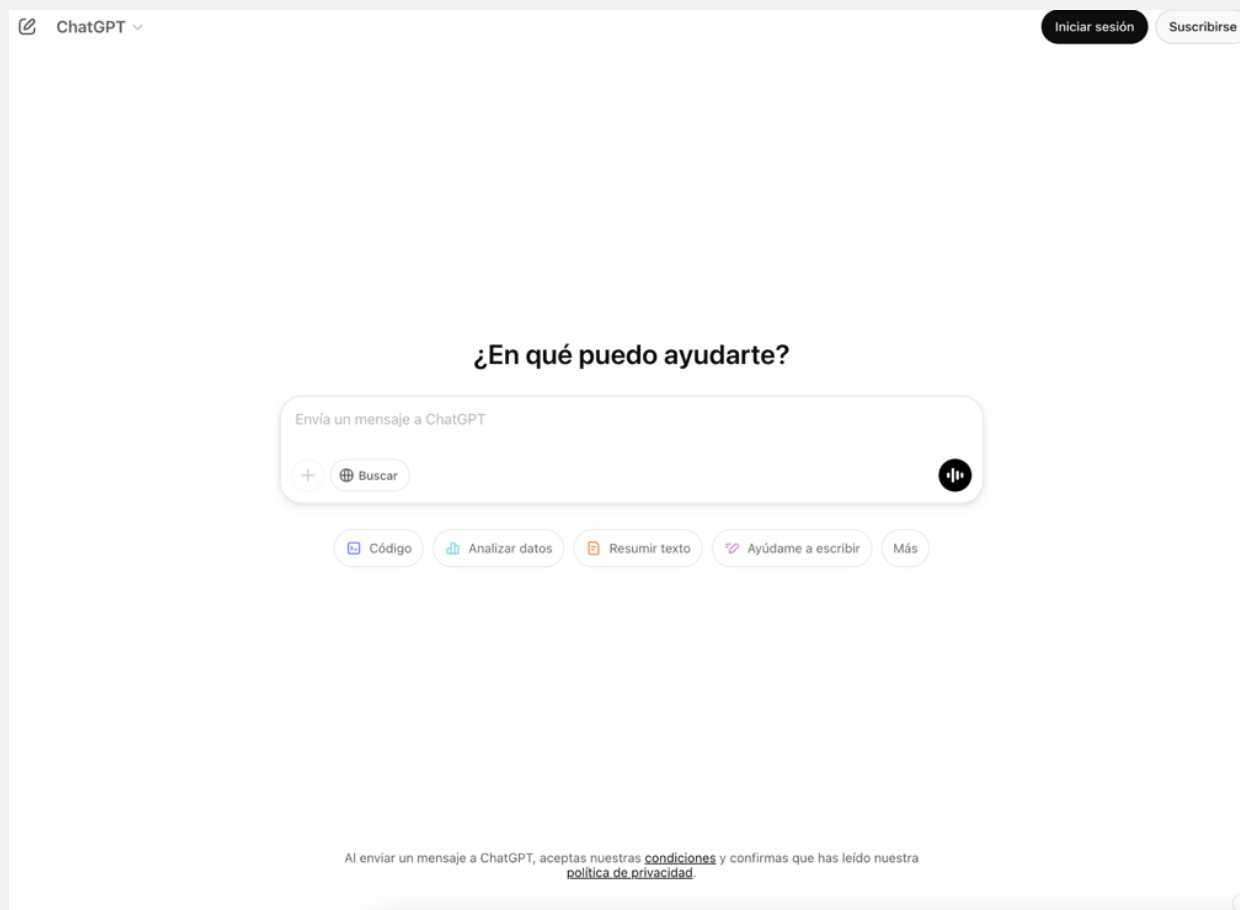
### Cómo crearse una cuenta

- Dirígete a la página de OpenAI > CHAT GPT > <https://chatgpt.com/>



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

Regístrate con tu correo electrónico y crea una contraseña.





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Crear una cuenta

Dirección de correo electrónico\*

Continuar

¿Ya tienes una cuenta? [Inicia sesión](#)

o



Continuar con Google



Continuar con una cuenta  
de Microsoft



Continuar con Apple

[Condiciones de uso](#) | [Política de privacidad](#)

**Verifica tu cuenta a través  
del correo de confirmación.**





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Cómo usarlo

#### Generación de ideas de contenido:

- **Ejemplo 1 – Ideas de publicaciones:**

"Dame 10 ideas de publicaciones para Instagram de un restaurante de tapas en Madrid. Quiero que sean creativas, atractivas y en un tono cercano."

- **Ejemplo 2 – Ideas de videos para TikTok:**

"Dame 5 ideas de videos cortos para TikTok que puedan volverse virales en un restaurante de hamburguesas. Incluye tendencias y audios populares."

- **Ejemplo 3 – Ideas para Stories interactivas:**

"Dame 3 ideas de Instagram Stories para interactuar con los clientes de una cafetería. Quiero que sean encuestas o preguntas divertidas."





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Redacción de textos para redes sociales:

- **Ejemplo 4 – Copy para un post de Instagram:**

"Escribe un texto atractivo para un post de Instagram de una pizzería presentando su nueva pizza de trufa. Usa emojis y un tono apetitoso."

- **Ejemplo 5 – Copy para un Reel:**

"Haz una descripción para un Reel mostrando la preparación de una paella. Quiero que sea breve y tenga un toque de humor".

- **Ejemplo 6 – Copy para un TikTok con storytelling:**

"Escribe un guión corto para un TikTok donde un cliente prueba por primera vez nuestro plato estrella y reacciona con sorpresa."





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Redacción de textos para redes sociales:

- **Ejemplo 7 – Hashtags para comida mediterránea:**  
"Dame 10 hashtags efectivos para promocionar un restaurante de comida mediterránea en Instagram."
- **Ejemplo 8 – Hashtags para reels de cocina:**  
"Genera una lista de hashtags para un Reel de TikTok donde se prepara un plato de pasta con marisco."
- **Ejemplo 9 – Hashtags para stories de cafetería:**  
"Dame hashtags populares para un café especial en Instagram Stories."





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Respuesta a clientes y comentarios:

- **Ejemplo 10 – Respuesta a preguntas frecuentes:**

"Dame una respuesta amable y breve para un cliente que pregunta si tenemos opciones sin gluten en nuestro restaurante."

- **Ejemplo 11 – Manejo de una queja en redes:**

"Escribe una respuesta educada para un cliente que ha comentado en Facebook que su pedido llegó tarde."

- **Ejemplo 12 – Agradecimiento por una reseña positiva:**

"Dame un mensaje de agradecimiento para un cliente que ha dejado una reseña positiva sobre nuestro servicio en Google."





## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### **Otras herramientas de IA útiles para redes sociales**

Además de ChatGPT, hay otras herramientas de IA que pueden facilitar la gestión de redes sociales:

 **1. Canva AI (<https://www.canva.com>)**

- ✓ Crea imágenes y diseños atractivos en segundos.
- ✓ Genera publicaciones para Instagram, TikTok y Facebook con plantillas personalizadas.

 **2. TikTok Creative Center (<https://ads.tiktok.com/business/creativecenter>)**

- ✓ Encuentra tendencias de música y audios virales para tus videos.
- ✓ Descubre qué videos están funcionando mejor en TikTok en tu sector.

 **3. Meta Business Suite (Facebook e Instagram) (<https://business.facebook.com>)**

- ✓ Programa publicaciones y responde mensajes automáticamente.
- ✓ Analiza estadísticas para saber qué contenidos funcionan mejor.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Otras herramientas de IA útiles para redes sociales



#### 4. Chatbots para mensajes automáticos (ManyChat, MobileMonkey)

- ✓ Configura respuestas automáticas en Instagram y Facebook.
- ✓ Ahorra tiempo en la atención al cliente y mejora la experiencia de usuario.

### Resumen y claves para aprovechar CHATGPT

- ✦ Úsalo para: generar ideas, escribir textos, responder mensajes y encontrar hashtags.
- ✦ Pide siempre más de una opción y personaliza los textos antes de publicar.
- ✦ Complementa con otras herramientas de IA para crear contenido más visual y atractivo.
- ✦ Automatiza tareas repetitivas como responder preguntas frecuentes y programar posts.



**Conclusión:** ChatGPT no sustituye la creatividad, pero sí ahorra tiempo y facilita la gestión de redes sociales.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

Para gestionar redes sociales de manera eficiente y medir el rendimiento de publicaciones y campañas, existen diversas herramientas que facilitan la planificación, automatización y análisis de resultados.

### Herramientas de gestión de redes sociales

1. **Meta Business Suite** – Ideal para administrar Facebook e Instagram en un solo lugar. Permite programar publicaciones, responder mensajes y analizar métricas clave.
2. **Hootsuite** – Compatible con múltiples redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube). Permite programar contenido, monitorear menciones y generar informes detallados.
3. **Buffer** – Plataforma intuitiva que ayuda a programar publicaciones y analizar el engagement de manera sencilla.
4. **Later** – Especialmente útil para Instagram, facilita la planificación visual del feed y la programación de stories.
5. **Metricool** – Analiza el rendimiento de publicaciones y campañas, además de permitir la programación de contenido en múltiples plataformas.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Cómo medir el rendimiento de nuestras publicaciones y campañas

Para evaluar si una estrategia está funcionando, es clave analizar las métricas correctas. Algunas de las más importantes son:

- ✓ **Alcance e impresiones** – Mide cuántas personas han visto tu contenido y cuántas veces se ha mostrado.
- ✓ **Interacción (Engagement Rate)** – Se calcula con los "me gusta", comentarios, compartidos y guardados en relación con el número de seguidores o el alcance. Una tasa alta indica contenido relevante.
- ✓ **CTR (Click-Through Rate)** – Mide cuántas personas hicieron clic en un enlace o botón de llamada a la acción. Es clave para evaluar la efectividad de anuncios y publicaciones con enlaces.
- ✓ **Conversión** – Indica cuántas personas realizaron una acción deseada (compras, suscripciones, registros) a partir de una publicación o anuncio.
- ✓ **Crecimiento de seguidores** – Ver la evolución de la audiencia ayuda a medir el impacto de la estrategia a largo plazo.
- ✓ **Tiempo de permanencia y retención** – En plataformas como YouTube, TikTok o Instagram Reels, el tiempo de visualización es clave para mejorar el posicionamiento del contenido.

La clave está en combinar herramientas de gestión con un análisis continuo de métricas para optimizar las estrategias y mejorar el impacto en redes sociales. 🚀



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Meta Business Suite

Vamos a aprender paso a paso a programar publicaciones, responder mensajes y analizar métricas clave.

#### 1 Acceder a Meta Business Suite

- ♦ **Desde el navegador:** Ve a Meta Business Suite e inicia sesión con tu cuenta de Facebook.
- ♦ **Desde la app:** Descarga la aplicación Meta Business Suite en iOS o Android.

Si aún no tienes una página de Facebook o una cuenta de Instagram vinculada, deberás configurarlas primero.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Meta Business Suite

#### 2 Programar publicaciones

##### ✦ Para crear y programar publicaciones:

En el menú lateral, haz clic en **"Publicaciones y Reels"**.

Pulsa el botón **"Crear publicación"**.

Selecciona la(s) cuenta(s) donde quieres publicar (Facebook y/o Instagram).

Escribe el texto de la publicación y añade imágenes, videos o enlaces.

Opcional: Usa la opción de "Hashtags recomendados" o "Primer comentario" (para Instagram).

#### **Programar:**

En lugar de "Publicar ahora", haz clic en **"Programar"**.

Elige la fecha y hora en que deseas que se publique.

Haz clic en **"Programar"** para finalizar.



Puedes ver tus publicaciones programadas en la pestaña **"Calendario de contenido"**.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Meta Business Suite

3 Responder mensajes y comentarios

✦ **Para gestionar mensajes y comentarios en Facebook e Instagram:**

En el menú lateral, haz clic en "Bandeja de entrada".

Aquí verás los mensajes y comentarios de ambas plataformas.

Puedes:

- ✓ **Responder mensajes de Messenger e Instagram Direct.**
- ✓ **Responder comentarios de publicaciones y anuncios.**
- ✓ **Usar respuestas rápidas para agilizar la atención al cliente.**
- ✓ **Etiquetar conversaciones para organizarlas mejor.**

Si tienes muchas interacciones, puedes configurar **respuestas automáticas** en la sección **"Automatizaciones"**.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Meta Business Suite

#### 4 Analizar métricas clave

##### ✦ **Para ver el rendimiento de tu contenido:**

En el menú lateral, haz clic en "Informes" o "Estadísticas".

Aquí puedes analizar datos como:

- ✓ **Alcance** (personas que vieron tu contenido).
- ✓ **Interacción** (me gusta, comentarios, compartidos).
- ✓ **Crecimiento de seguidores.**
- ✓ **Clics en enlaces y conversiones.**

Para ver el desempeño de una publicación en específico, ve a "**Publicaciones y Reels**" y selecciona la publicación.

📊 Puedes exportar informes o comparar métricas en diferentes períodos de tiempo.

♦ **CONSEJO EXTRA:** Si gestionas varias cuentas o tienes un equipo, asigna roles y permisos desde "Configuración" > "Personas" para que otros puedan ayudarte.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Hootsuite

Hootsuite es una plataforma potente para gestionar múltiples redes sociales en un solo lugar. Con ella, puedes programar publicaciones, monitorear menciones y analizar el rendimiento de tu contenido.

#### 1 Crear una cuenta en Hootsuite

- ♦ **Desde el navegador:** Ve a Hootsuite y haz clic en **"Comenzar gratis"** o inicia sesión si ya tienes una cuenta.
- ♦ **Planes:** Puedes usar la versión gratuita (hasta 2 cuentas sociales y 5 publicaciones programadas) o pagar por más funciones.

#### 2 Conectar tus redes sociales

✂ Para gestionar redes como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn o TikTok:

En el panel principal, ve a **"Mis publicaciones" > "Cuentas y equipos"**.

Haz clic en **"Agregar cuenta social"** y selecciona la red que deseas conectar.

Autoriza a Hootsuite para acceder a tu cuenta.

Repite el proceso si quieres gestionar varias redes en un solo panel.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Hootsuite

#### 3 Programar publicaciones

✦ Para programar contenido en Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.:

1. En el menú izquierdo, haz clic en **"Crear"** y luego en **"Publicación"**.
2. Selecciona la(s) cuenta(s) en la que deseas publicar.
3. Escribe el texto de la publicación y añade imágenes, videos o enlaces.
4. Opcional: Agrega hashtags, etiquetas de ubicación o emojis.
5. **Elige la fecha y hora** en la opción **"Programar para más tarde"**.
6. Haz clic en **"Programar"** y listo. 🕒

📅 Para visualizar tus publicaciones programadas, ve a **"Planificador"**.

#### 4 Monitorear menciones y hashtags

✦ Para seguir lo que dicen de tu marca y sector en redes sociales:

1. En el menú izquierdo, haz clic en **"Flujos"**.
2. Agrega un nuevo flujo y elige una red social (Twitter, Instagram, Facebook, etc.).
3. Configura el flujo para monitorear:
  - ✓ **Menciones** de tu marca.
  - ✓ **Hashtags relevantes**.
  - ✓ **Comentarios y publicaciones de la competencia**.

Desde aquí puedes interactuar con publicaciones sin salir de Hootsuite.

- Consejo: Usa esta función para detectar tendencias y mejorar la estrategia de contenido.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Hootsuite

#### 5 Generar informes detallados

✦ Para analizar el rendimiento de tus publicaciones y redes sociales:

1.En el menú izquierdo, haz clic en "Analítica".

2.Selecciona la red social y el período de tiempo que quieres analizar.

3.Verás métricas como:

- ✓ Alcance e impresiones.
- ✓ Interacciones (me gusta, comentarios, compartidos).
- ✓ Crecimiento de seguidores.
- ✓ CTR y conversiones.

4.Puedes exportar informes en PDF o CSV para compartir con tu equipo.

◆ CONSEJO EXTRA: Usa la extensión de Hootlet para compartir contenido directamente desde tu navegador.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Metricool

Metricool es una herramienta de gestión y análisis de redes sociales que te permite programar contenido y medir el rendimiento de tus publicaciones y campañas. Aquí tienes un paso a paso detallado para sacarle el máximo provecho.

#### 1 Crear una cuenta en Metricool

- ♦ **Desde el navegador:** Ve a Metricool y haz clic en "**Regístrate gratis**" o inicia sesión si ya tienes una cuenta.
- ♦ **Planes:** La versión gratuita permite analizar una cuenta por red social y programar hasta 50 publicaciones al mes.

#### 2 Conectar tus redes sociales

✦ Para analizar y gestionar cuentas en Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok, YouTube, Google My Business y anuncios de Meta o Google:

1. En el menú lateral, haz clic en "**Conectar cuentas**".
  2. Selecciona la red social que desees vincular.
  3. Autoriza a Metricool para acceder a tu cuenta.
  4. Repite el proceso con todas las redes que quieras gestionar.
- ✅ Una vez conectadas, Metricool empezará a recopilar datos de tus perfiles.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Metricool

3 Analizar el rendimiento de publicaciones y campañas

✦ Para evaluar el impacto de tu contenido y optimizar tu estrategia:

1.En el menú lateral, haz clic en "**Análisis**".

2.Selecciona la red social que quieres revisar.

3.Explora métricas clave como:

- ✓ Alcance e impresiones – Número de personas que vieron tu contenido.
- ✓ Interacciones – Me gusta, comentarios, compartidos y guardados.
- ✓ Crecimiento de seguidores – Nuevos seguidores y tasa de retención.
- ✓ Clics en enlaces – Para medir tráfico desde redes sociales.
- ✓ Mejor hora para publicar – Basado en el comportamiento de tu audiencia.

4.Para anuncios en Facebook o Google, ve a "Publicidad" y analiza datos como CTR, conversiones y ROI.

5.Puedes descargar informes en PDF o CSV para compartir con tu equipo.

 Consejo: Usa el comparador de períodos para analizar la evolución de tu estrategia.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Metricool

#### 4 Programar contenido en múltiples plataformas

✦ Para automatizar tus publicaciones y optimizar el tiempo de gestión:

1. En el menú lateral, haz clic en "**Planificación**".
2. Pulsa "**Crear nueva publicación**".
3. Selecciona la(s) red(es) sociales donde quieres publicar.
4. Escribe el contenido y añade imágenes, videos o enlaces.
5. **Usa la función de autolistas** para crear categorías de contenido recurrente.
6. **Programar publicación:**
  - Elige manualmente la fecha y hora.
1. Usa las sugerencias de "**Mejor hora para publicar**" para maximizar el alcance. Haz clic en "Guardar" o "Programar".

 Puedes visualizar tu contenido programado en el "**Calendario de contenido**".



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Guía paso a paso para usar Metricool

#### 5 Monitorear hashtags y competencia

✦ Para seguir tendencias y analizar a tus competidores:

1. Ve a "**Tiempo real**" para ver las interacciones en vivo.
2. En "**Competencia**", agrega cuentas de referencia y compara su rendimiento con el tuyo.
3. Usa el "**Track de hashtags**" para monitorear menciones y campañas.

- Consejo: Esta función es clave para adaptar tu estrategia en tiempo real.
- ◆ CONSEJO EXTRA: Usa la opción de respuestas automáticas en Instagram y Facebook para agilizar la atención al cliente.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Cómo evaluar si los resultados de una campaña en redes sociales son buenos o no

- ✓ **Comparación con metas establecidas** – Si al iniciar la campaña fijaste un objetivo (por ejemplo, aumentar un 20% las interacciones o generar 500 clics en un enlace), debes revisar si se alcanzó o no.
- ✓ **Benchmarking interno** – Comparar los resultados con campañas anteriores para identificar mejoras o retrocesos.
- ✓ **Benchmarking externo** – Analizar las métricas promedio del sector para saber si estás por encima o debajo del estándar.
- ✓ **Tendencias y evolución** – No basta con un solo informe; el seguimiento a largo plazo permite detectar patrones de éxito o fracaso.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Cómo hacer un informe detallado de rendimiento en redes sociales

#### ✦ Métricas clave a incluir en el informe:

- 1 **Alcance e impresiones** – ¿Cuántas personas vieron el contenido?
- 2 **Interacciones** – Me gusta, comentarios, compartidos y guardados.
- 3 **Crecimiento de seguidores** – ¿Hubo aumento o disminución de la audiencia?
- 4 **CTR (Click-Through Rate)** – % de personas que hicieron clic en un enlace.
- 5 **Conversiones** – ¿Cuántas acciones concretas (compras, registros, etc.) generó la campaña?

Aquí tienes un ejemplo de cómo estructurar un informe de campaña:



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Informe de Rendimiento – Campaña "Lanzamiento Nuevo Producto"



**Periodo analizado: 1 de enero – 31 de enero de 2024**

#### Resumen ejecutivo

La campaña tuvo como objetivo aumentar la visibilidad del nuevo producto y generar tráfico al sitio web. Se ejecutó en Facebook, Instagram y Twitter, con un presupuesto de 500€ en anuncios pagados.

#### Resultados clave:

- ♦ **Alcance total:** 250,000 personas
- ♦ **Interacciones:** 12,500 (likes, comentarios y compartidos)
- ♦ **Crecimiento de seguidores:** +3,000 seguidores nuevos
- ♦ **CTR:** 3.2% (1,600 clics en enlaces)
- ♦ **Conversiones:** 280 compras registradas



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### 2 Análisis de métricas clave

#### Alcance e impresiones

- Total de impresiones: 500,000
- Alcance único: 250,000 personas

 **Análisis:** El alcance superó en un 25% la campaña anterior, lo que indica una mayor visibilidad.

#### Interacciones (Engagement Rate)

- Total de interacciones: 12,500
- Engagement Rate: 5% (superior al 4% de la campaña anterior)

 **Análisis:** Aumento del engagement, lo que refleja contenido relevante para la audiencia.

#### Crecimiento de seguidores

- Seguidores nuevos: 3,000
- Tasa de retención: 85%

 **Análisis:** El crecimiento fue 1.5 veces mayor que en campañas anteriores.

#### CTR y Conversiones

- CTR promedio: 3.2%
- Clics en enlaces: 1,600
- Conversiones finales (compras): 280

 **Análisis:** El CTR es superior al promedio de la industria (2.5%), lo que indica efectividad en el contenido y llamados a la acción.



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### 3 Conclusión y recomendaciones

- ✅ Aspectos positivos: Alto alcance, aumento de interacciones y buen CTR.
- ⚠️ Áreas de mejora: La conversión podría optimizarse ajustando la landing page o el embudo de ventas.
- 🚀 Recomendaciones: Probar más formatos de contenido interactivo y aumentar la inversión en anuncios.

### 📊 ¿Cómo saber si los resultados son positivos?

- 1 **Comparar con objetivos iniciales** – ¿Se lograron los resultados esperados?
- 2 **Revisar tendencias** – ¿Es mejor o peor que campañas anteriores?
- 3 **Comparar con el promedio del sector** – Si el engagement promedio es 3% y lograste 5%, es un buen resultado.
- 4 **Analizar la rentabilidad** – Si el ROI es positivo (ganancias mayores que inversión), la campaña fue exitosa.

### 🎯 Conclusión

Si la mayoría de las métricas superaron campañas previas o el estándar del sector, podemos decir que la campaña tuvo éxito. En caso contrario, es clave ajustar la estrategia para mejorar los resultados en el futuro. 🚀



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Plantilla de informe de rendimiento para redes sociales:

#### INFORME DE RENDIMIENTO EN REDES SOCIALES

 **Período analizado:** [Fecha de inicio] – [Fecha de fin]

 **Plataformas analizadas:** [Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.]

 **Objetivo de la campaña:** [Ejemplo: Aumentar la visibilidad de la marca y generar conversiones]

#### 1. Resumen Ejecutivo

Breve descripción de la campaña, objetivos y principales resultados.

- ♦ Alcance total: [Ejemplo: 250,000 personas]
- ♦ Interacciones: [Ejemplo: 12,500 (likes, comentarios, compartidos)]
- ♦ Crecimiento de seguidores: [+X seguidores]
- ♦ CTR (Click-Through Rate): [X%]
- ♦ Conversiones: [Ejemplo: 280 compras]



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Plantilla de informe de rendimiento para redes sociales:

#### 2. Análisis de Métricas Clave

##### Alcance e Impresiones

- Total de impresiones: [X]
- Alcance único: [X personas]

 Análisis: [Comparación con campañas anteriores y sector]

##### Interacciones (Engagement Rate)

- Total de interacciones: [X]
- Engagement Rate: [X%]

 Análisis: [Evaluación del impacto y comparaciones]

##### Crecimiento de Seguidores

- Seguidores nuevos: [X]
- Tasa de retención: [X%]

 Análisis: [Explicación del crecimiento o disminución]



## JORNADA 03 – Herramientas de gestión y análisis de resultados

### Plantilla de informe de rendimiento para redes sociales:

✎ CTR y Conversiones

✓ CTR promedio: [X%]

✓ Clics en enlaces: [X]

✓ Conversiones finales: [X]

📊 Análisis: [Evaluación de la efectividad del embudo de conversión]

### 3. Conclusiones y Recomendaciones

✅ Aspectos positivos: [Ejemplo: Alcance superior al esperado, alta tasa de interacción]

⚠️ Áreas de mejora: [Ejemplo: Optimizar la conversión con ajustes en la landing page]

✳️ Recomendaciones para futuras campañas:

- [Sugerencia 1]
- [Sugerencia 2]
- [Sugerencia 3]

# gourmedia<sup>.es</sup>

SEVILLA | MADRID | MÁLAGA



# GRACIAS

