

Capítulo 2

Hootsuite: la herramienta ideal

Contenido

1. Introducción
2. Alternativas
3. Hootsuite
4. Planes
5. Alta
6. Resumen

1. Introducción

Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Youtube..., perfiles o páginas, foros o grupos de discusión..., en definitiva, son múltiples las plataformas en las que hacer notar la presencia de una marca, ya sea personal o empresarial. Y todo esto, ¿en qué se traduce? La respuesta en principio, puede parecer sencilla: **TIEMPO.**

Sin embargo, en el mundo empresarial el tiempo es dinero, porque los minutos o, mejor dicho, las horas que hay que dedicar a publicar contenido llamativo, interactuar con nuestra comunidad, dar respuesta a los clientes (ya sean reales o posibles), difundir la misión empresarial..., es tiempo que se podría emplear en otras tareas.

En consecuencia, si el mercado ofrece herramientas que permiten facilitar todas estas tareas con el consiguiente ahorro de tiempo y esfuerzo, el objetivo es claro: hay que aprovecharlas.

2. Alternativas

Suponga por ejemplo, que es el propietario de un pequeño negocio de hostelería con cierto éxito en *Facebook*, y que varias veces a la semana comparte promociones, novedades, recetas o noticias de interés para su público.

Dependiendo de la cantidad diaria de trabajo “real” que tenga en el restaurante, puede resultar complicado gestionar al mismo tiempo la presencia en la red social, sin embargo, el día de descanso cuenta con más tiempo que podría aprovechar precisamente en dichas tareas, pero no lo hace al desconocer que es posible dosificar la información que aparece en las páginas o perfiles.

En el capítulo anterior se comentaron diferentes “espacios virtuales” que se integran dentro de la Web 2.0 y, algunos de ellos, cuentan con herramientas suficientes para “liberar” contenido no en el mismo instante de su creación, sino cuando sea conveniente de cara a la audiencia.



Sabía que...

Aunque la opción para programar publicaciones, es decir, componer un mensaje y preparar su lanzamiento para un momento concreto y futuro, no es muy habitual en las Redes Sociales, las plataformas más conocidas para crear blogs, como *Blogger* y *WordPress*, sí incorporan dicha opción desde hace años.

Entonces, si la idea es lanzar la información en el momento y día de la semana con más posibilidades para amplificar el mensaje, se hace necesario averiguar dicha información.

En el mercado existen múltiples herramientas que pueden proporcionar estos datos, como *Google Analytics*, *Facebook Insights* o *SocialBro*. Lo importante es saber que esta información no es estática, puede cambiar de una semana a otra, o con mayor rapidez, por lo tanto, habrá que revisarla con frecuencia para que la estrategia funcione realmente.



Estadísticas de Facebook para Publicaciones

Cuando ya se conocen los datos relativos a cada perfil o página, se estará en disposición de contar con una buena base para programar los diferentes contenidos. Entonces, ahora se plantea la siguiente pregunta: ¿Qué alternativas existen en el mercado?

Como ya se ha comentado, las plataformas CMS incorporan un botón para programar la publicación de los artículos que se redacten, y *Facebook* también dispone de dicha opción para las páginas. Por lo tanto, en un principio sería posible aprovechar esta funcionalidad y luego ir difundiendo los mensajes de la manera adecuada.



Actividades

1. En una página de *Facebook*, programe un mensaje avisando del próximo cambio de hora, de forma que aparezca a las 20:00 de la tarde del día correspondiente. Para ello, tras preparar la publicación, pulse la flecha hacia abajo que aparece junto a *Publicar*, y haga clic en *Programar una publicación*, de forma que *Facebook* active la zona de calendario.
-

Además, existen en el mercado aplicaciones que se pueden emplear para programar mensajes en una única red, como *TweetDeck* para *Twitter* o *Do Share* para *Google+*.

Sin embargo, lo habitual es tener cuentas creadas en varias Redes Sociales, en consecuencia resultará más interesante emplear programas multiplataforma, como por ejemplo *Buffer*, que permite controlar *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn* (perfiles, páginas y grupos), así como páginas de *Google+*.

No obstante, si busca la herramienta más completa, la opción es clara y constituye el tema de este libro: *Hootsuite*.

3. Hootsuite

Hootsuite es una aplicación web (aunque también tiene versión móvil para iOS y Android) cuyo objetivo es la Gestión de Redes Sociales.

Con sede en Vancouver, nació en 2008 de la mano de Ryan Holmes y un equipo de programadores cuyo objetivo era mejorar la experiencia con los Social Media.



Logotipo oficial de Hootsuite

En la actualidad, *Hootsuite* cuenta con más de 9 millones de usuarios y puede adaptarse a más de 25 lenguas diferentes, tiene sedes en América, Europa y Asia, así como delegados que dan al usuario una atención rápida y personal, y además la comunidad de embajadores voluntarios crece día a día.

Desde un punto de vista totalmente práctico y centrado en la gestión de las redes sociales, *Hootsuite* permite controlar de manera directa:

- Perfiles de *Twitter*.
- Perfiles, páginas y grupos de *Facebook*.
- Páginas de *Google+*.
- Perfiles, páginas de empresa y grupos de *LinkedIn*.
- Perfiles y páginas de *Foursquare*.
- Blogs de *WordPress.com*.
- Perfiles de *Mixi*.



Ejemplo

Dada la potencia de esta aplicación, son múltiples las organizaciones o empresas que se cuentan como usuarios de *Hootsuite*; entre las más conocidas: el equipo presidencial de *Barak Obama*, *Sony Music* o *Virgin*.

Pero no solo se limita a programar y publicar en dichas redes, *Hootsuite* resulta con diferencia, la aplicación más completa de las que existen en el mercado, entre otras cosas porque:

- Incluye las redes sociales más utilizadas, no se limita a una o dos.
- Permite autoprogramar en función de los seguidores.
- Incluye feeds para lanzamiento automático de mensajes.
- Autoriza la creación de borradores para un uso posterior.
- Gestiona las listas de *Twitter* muy fácilmente.
- Devuelve interesantes y completas analíticas.
- Faculta el trabajo colaborativo entre miembros de organizaciones y/o equipos.
- Enlaza e integra las principales apps.
- Cuenta con universidad propia para obtener un Certificado Profesional.



Actividades

2. *Hootsuite* pone a disposición del usuario gran cantidad de recursos que servirán para aprovechar la aplicación al máximo. Con ese objetivo en mente, encuentre al menos un sitio web donde *Hootsuite* comparta varios casos de estudio.
-

4. Planes

Hootsuite ofrece al usuario tres modalidades básicas para darse de alta en la aplicación: Gratis, Pro y Enterprise. En la siguiente tabla se exponen las principales características de cada cuenta.

	Gratis	Pro	Enterprise
Uso	Personal	Pymes	Grandes organizaciones, gobiernos...
Coste	0	14,99 \$/mes o plan anual con 30 % dto.	A consultar
Perfiles sociales	3	50, ampliable a 100	Ilimitados
Informes analíticos mejorados	Básico	1, ampliable a 10	Ilimitados
Programación de mensajes	Básico	Avanzado	Avanzado
Miembros de Equipo	Ninguno	1, ampliable a 9	Ilimitados
Integración con aplicaciones	Básico	Básico	Ilimitados
Canales RSS	2	Ilimitados	Ilimitados
HootsuiteUniversity	Opcional	Opcional	Incluida
URL personalizadas		Opcional	Opcional
Archivado de mensajes		100, ampliable a 100.000	Ilimitados
Soporte técnico mejorado		Opcional	Incluido



Aplicación práctica

Retomando el ejemplo del segundo apartado, suponga que es el propietario de un pequeño restaurante italiano con presencia en diferentes redes sociales; concretamente, cuenta con una fanpage en *Facebook* y un perfil en *Twitter*.

La web del establecimiento está realizada con *WordPress.com* e incorpora un blog en el que se publican recetas de temporada y diferentes promociones. En consecuencia, también interesa que dicho contenido se promocione a través de los perfiles sociales.

Continúa en página siguiente >>

<< Viene de página anterior

Teniendo en cuenta toda la información proporcionada, ¿qué plan de *HootSuite* debería contratar?

SOLUCIÓN

Con el plan Free es suficiente, ya que con este es posible controlar de manera gratuita hasta 3 perfiles, y esos son los que el restaurante necesita: *Facebook*, *Twitter* y *WordPress*.

5. Alta

El proceso de registro en *Hootsuite* es muy fácil y accesible. En primer lugar, es suficiente con tener abierto en el navegador una cuenta de *Twitter*, *Facebook* o *Google+*. Una vez realizado este paso, en una pestaña nueva del navegador escriba la URL <<https://hootsuite.com/>> y el navegador mostrará la siguiente imagen:



Prueba gratuita | Blog | Ayuda | Empleos | Contacto | [Iniciar sesión](#)

Hootsuite | Productos | Soluciones | Planes | Servicios | Recursos | Acerca de nosotros | [Crear cuenta](#)

Social Media Management

El Panel de control líder en la gestión y medición de tus redes sociales

- Gestiona múltiples redes sociales
- Programa tuits y mensajes
- Monitoriza menciones de marca
- Analiza el tráfico de las redes sociales
- Más de 10 millones de usuarios satisfechos

[Planes y precios](#)

Comienza ahora mismo
GRATIS

[Iniciar sesión con Twitter](#)

[Iniciar sesión con Facebook](#)

[Iniciar sesión con Google](#)

He leído y estoy de acuerdo con [Condiciones de uso](#)

[Crear una cuenta nueva](#)

Web de Hootsuite

Si desea gestionar una cuenta de *Twitter*, simplemente haga clic en el botón **Inicia sesión con *Twitter***, para *Facebook* o *Google+*, actúe de manera similar.



Consejo

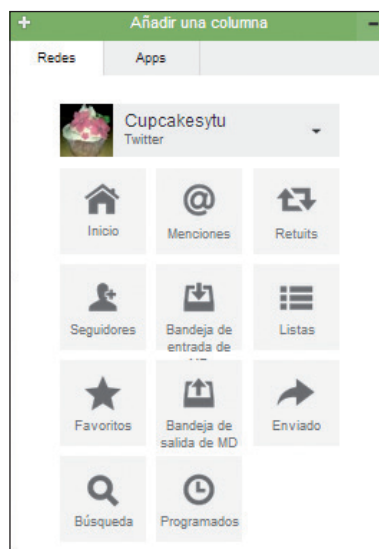
Si la intención desde primera hora es gestionar diversos perfiles, es preferible hacer clic en el enlace **Crear una cuenta nueva**, que aparece en la zona inferior del área **Empieza ahora**.

Como ejemplo del procedimiento de alta en *Hootsuite*, se ha abierto en el navegador de Internet la cuenta de *Twitter* @Cupcakesytu.

Tras pulsar en la web de *Hootsuite* el botón de **Inicio en *Twitter***, será necesario **Autorizar la aplicación**.

A continuación, *Hootsuite* mostrará un cuadro indicando una estimación del tiempo de trabajo que es posible ahorrar con el uso de la aplicación, y desde esta misma pantalla también es posible añadir otras redes sociales.

Tras pulsar el botón **Continuar** e indicar que no se desea probar la modalidad Pro, *Hootsuite* mostrará el Panel de Control con el perfil de *Twitter*.



Columnas disponibles para un perfil de *Twitter*

Ahora solo queda pulsar los diferentes botones que aparecen debajo del perfil de *Twitter* de forma que, en la pestaña actual, se vayan creando las columnas correspondientes para mostrar el contenido relacionado.



Actividades

3. Ejecute el proceso de alta mediante una cuenta de *Facebook*. Tras llegar al **Panel de Control**, compare su pantalla con la imagen anterior. ¿Detecta las diferencias? ¿A qué pueden deberse?
-

A partir del siguiente capítulo, podrá ir conociendo todas las funciones y posibilidades que *Hootsuite* ofrece tanto al usuario Free como Pro.

6. Resumen

Para multitud de empresas, organizaciones y/o distintos profesionales, hoy en día resulta completamente normal tener presencia en diferentes redes sociales.

Por ejemplo, a nivel personal es frecuente establecer contacto con amigos/ conocidos en *Facebook* o *Twitter*, pero también compartir las fotos en *Instagram*. Sin embargo, como profesional independiente, es posible actuar en *LinkedIn*, *Twitter*, *Facebook*... como parte del proceso de creación de su marca personal.

Si tiene una empresa, para facilitar el contacto con sus clientes reales o potenciales, también deberá tener perfiles o páginas en diferentes redes; y si desarrolla tareas de Community Management como *freelance*, aún deberá encargarse de un número mayor de cuentas.

Sea cual sea su situación, está claro que la preparación e interacción a través de las redes requiere de una inversión temporal importante, y es en este punto donde *Hootsuite* puede ayudar.

Hootsuite: gestionando los medios sociales

A pesar de existir otras alternativas, *Hootsuite* destaca, entre otros motivos, por manejar más redes sociales, incluir integración con las Apps más populares del momento u obtener analíticas que permitan monitorizar el resultado a conseguir.

Además, ofrece diferentes posibilidades de alta, que se adaptan a la mayoría de necesidades detectadas entre los usuarios, y el proceso es muy sencillo, es suficiente con tener una cuenta en *Twitter*, *Facebook* o *Google+* y enlazar directamente desde la web de *Hootsuite*.



Ejercicios de repaso y autoevaluación

1. Señale la opción incorrecta en relación a los planes de *Hootsuite*.

- a. Gratis.
- b. Pro.
- c. Plus.
- d. Enterprise.

2. *Facebook* permite la programación de mensajes tanto en perfiles como páginas.

- Verdadero
- Falso

3. Complete la siguiente oración.

Hootsuite es una aplicación web, aunque también tiene versión móvil para _____ y _____.

4. Si desea programar mensajes para *Twitter*, ¿qué alternativa a *Hootsuite* podría utilizar?

- a. TweetDeck.
- b. Tweet.me.
- c. Tweetreach.
- d. Tweetbinder.

5. ¿Cuántos perfiles sociales se pueden manejar por defecto con una cuenta de tipo Pro?

- a. 10.
- b. 25.
- c. 50.
- d. 100.

6. Qué tipo de cuenta debería contratar una universidad que tenga perfiles sociales tanto a nivel de institución, como para cada uno de sus centros y departamentos, de forma que puedan colaborar entre sí? Razone su respuesta.

7. ¿Qué botón no aparece disponible al añadir una cuenta de *Twitter* en *Hootsuite*?

- a. Seguidores.
- b. Publicados.
- c. Favoritos.
- d. Menciones.

8. *Hootsuite* permite autoprogramar mensajes en función de los seguidores del perfil asociado.

- Verdadero
- Falso

9. Identifique el elemento intruso en relación al tipo de cuenta que *Hootsuite* puede manejar.

- a. Páginas de *Facebook*.
- b. Perfiles de *Facebook*.
- c. Páginas de *Google+*.
- d. Perfiles de *Google+*.

10. Comente de manera breve el proceso para darse de alta en *Hootsuite* si tiene cuenta en *Twitter*.
