

DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES PARA LA MARCA OMRADIO.

Montserrat Jiménez Torres
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP)
monserrat.94torres@gmail.com

Laura Sánchez Baltazar
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP)
lauraberenice.sanchez@upaep.mx

Resumen

En nuestros días, el uso de las redes sociales es una herramienta que se ha vuelto indispensable para la comunicación de las personas. Esta comunicación impacta directamente en los usuarios, es por eso que el marketing en las redes sociales constituye una forma rápida, económica y efectiva de difundir algún tipo de información. En este trabajo se propone una propuesta para aumentar la interacción entre usuarios y una empresa de radio por internet, dedicada a la temática holística. A partir de dos instrumentos que fueron una entrevista a profundidad y un cuestionario, se obtuvieron resultados que mostraron las deficiencias dentro de la página como de la empresa, a partir de esto fueron determinadas las técnicas que utilizará la estrategia.

Palabras Clave

Mercadotecnia digital, redes sociales, interacción, estrategias.