	COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE	EXPOSICIÓN DE LA MARCA	TRAFICO A LA PÁGINA	SEO
facebook La red social donde los usuarios pueden agregar amigos, mandar mensajes, y construir sus propios perfiles	Una central y portal de comunicación abierto, FB es el eje a través del cual las empresas conducen su interacción social. Positivo o negativo, las empresas pueden utilizar Facebook para hacer llegar su mensaje y recibir comentarios de los clientes.	El uso de páginas personales permite a las empresas posicionar sus marcas en otras páginas relevantes. Por ejemplo, la página de Starbucks puede publicar ahora en las páginas de los grandes amantes de café.	Para muchos sitios web, FB se ha convertido en una de las principales fuentes de tráfico. Mientras que el potencial de viralización es más bajo en FB que en otros, no hay ninguno más consistente en la conducción de un constante flujo de tráfico a cada mensaje o post.	Google y Bing han indicado que están utilizando las referencias sociales como parte de su algoritmo de clasificación, que apunta a FB y Twitter, en particular. Mientras que los enlaces son "nofollow" los beneficios de la búsqueda existen, especialmente en los casos en que "La consulta es fresca."
twitter Una página de microblogging que permite a los usuarios mandar “tweets”, o mensajes de hasta 140 caracteres.	Twitter es la salida final herramienta de mensajería. Entrante comunicaciones con los clientes son rápido y al grano, permitiendo para el monitoreo simple y gestión de la conversación	No es lo que usted está diciendo en Twitter lo que expone tu marca. Es lo que otros digan acerca de usted lo que tiene un impacto real. La obtención de retweets y las interacciones pueden hacer más por la exposición de la marca que cualquier otra red social.	La prevalencia de ruido y spam han reducido la capacidad de Twitter de enviar tráfico directo. Sin embargo, se trata de una excepcional herramienta para ayudar con la generación de tráfico de otros sitios, como Diggg StumbleUpon, y Facebook.	Al igual que Facebook, Twitter ha sido señalado como un componente social de Google y Bing. Los enlaces son "nofollow", pero el componente social es real y se espera sea más evidentes con el tiempo.
flickr Una página de almacenamiento de imágenes y vídeos dónde los miembros pueden compartir y comentar en el medio.	Como una herramienta de relaciones públicas, Flickr da a los eventos patrocinados por la empresa una site pictórica que puede ser más profesional y mejor organizada que en otras redes sociales y sitios de intercambio de imágenes (incluyendo Facebook).	La búsqueda mejorada de Flickr y la clasificación e integración con otros sitios sociales hace que sea la elección para la publicación de imágenes de alta calidad. Imágenes en abundancia deben ir en Facebook. Imágenes de calidad deben ir en Flickr.	Incluso si usted recibe decenas de miles de visitas a una foto con su URL en un hipervínculo, el porcentaje de clics es el las más bajo de todos.Todos los enlaces son "nofollow".	Flickr es muy indexado en los motores de búsqueda y aporta enlaces y page rank. También es una de las principales partes del componente social de Google y Bing sociales. Las fotos enlazadas por más personas pueden tener prevalencia en las búsquedas de sus amigos.
Linked in Una página de redes sociales para profesionales de empresas.	No es el objetivo principal, pero podrás enganchar potenciales clientes animando a participar a los empleados a responer cuestiones relacionadas con la industria que la gente pregunta y darse a conocer como un experto en la materia.	LinkedIn es ideal para el branding personal y para mostrar nuestra destreza profesional en una organización. Anime a los empleados a mantener perfiles completos para mostrar la solidez de su equipo.	LinkedIn sigue mejorando su posición en la generación de tráfico fomentando el intercambio de cada nueva característica que ha lanzado durante el año pasado. No es tan consistente como o tan viral como Digg, pero está mejorando.	Page Rank muy alto, casi garantiza aparecer en la primera página de resultados de búsqueda, especialmente para los nombres personales de sus empleados. Alto valor SEO para búsquedas sobre un nombre propio.
YouTube Una página para compartir vídeo donde los usuarios pueden subir y compartir nuevos vídeos.	Si usted busca entretener, informar, o ambos, el video es un canal muy eficaz para responder rápidamente a las quejas de sus clientes y mostrar su vena social-mediática. También es el mejor ligar para recuperar su reputación si las cosas van mal.	Su marca en YouTube es sólo superada por Facebook cuando la gente está investigando acerca de su empresa Asegúrese de que los mensajes son frecuentes y que se alinean con como usted desea que la personalidad de su compañía sea percibida.	YouTube está creciendo en el segmento de los generadores de tráfico, en particular a través la mensajería en el video, de anotaciones y de la URL de la marca. Los clics en enlaces de contenidos siguen siendo mínimos, pero incluso esas cifras han visto un aumento reciente.	Muy bueno para la creación de vínculos nuevos a tu sitio porque los videos se posicionan muy bien. Los canales de Youtube son una manera probada y verdadera de enviar exposición muy buena y SEO a la web de la marca.

Una red social de noticias donde sus usuarios pueden descubrir y compartir contenidos.	La interacción con el cliente es inexistente en Digg pero el valor intrínseco de la exposición que es posible a través de una página de inicio de Digg destacan sobre otros sitios donde la comunicación del cliente es fuerte (por ejemplo, tu blog).	Las marcas tienen la oportunidad de conseguir una exposición masiva en Digg, especialmente a través de la mayoría de las historias interesantes escritas sobre su empresa. Es un lugar para el descubrimiento de nuevos contenidos, las marcas que lo hagan bien en Digg podrán hacerlo bien en cualquier lugar.	Digg pasó por un momento duro en 2010, pero parece que está repuntando en 2011. Incluso con la disminución del tráfico, sigue siendo la más consistente en la generación de tráfico-viral que pueda enviar decenas de miles de visitantes a post individuales.	Muy bueno en que incluso si su historia no se convierta en popular, será indexado con su página muy rápidamente Además, si su historia se convierte en popular, este es probablemente el mejor sitio para conseguir la atención de los bloggers que se enlazan con usted.
Una red social de noticias donde sus usuarios pueden descubrir y compartir páginas web.	StumbleUpon no es una herramienta útil para comunicarnos con los clientes. Hay una alguna posibilidad de colocar algún mensaje en nuestra clientela actual y la base de usuarios es cada vez mayor, pero sigue siendo muy escasa en comparación con otros sitios sociales.	La campaña de pago puede ser buena para el conocimiento de la marca, sobre todo después de haber intentado conseguir tráfico gratis, tráfico orgánico hacia su página de inicio. Puede orientarlo con mucha precisión, pero tenga en cuenta que estás pagando $ 0.05 por visita ($ 50 CPM).	StumbleUpon es el medio social equivalente en tráfico a un Grand Slam, que no sucede asiduamente, pero cuando lo hace, es enorme. Mantenga diversos descubrimientos. Nunca se sabe cuándo vas obtener cientos de miles, incluso millones de visitantes de StumbleUpon.	Muy bueno si su historia se posiciona en la primera página de su etiqueta. Debido al gran número de usuarios de StumbleUpon base, muchas personas podrán encontrar tus historias y enlazar a ellas. Para búsquedas de perfiles personales, su página se posicionará muy bien, también.
Una comunidad social de noticias donde los usuarios publican enlaces en su página principal	Sólo los muy expertos pueden usar Reddit como herramienta de comunicación con los clientes. Existe la posibilidad de que al abrir su empresa a la creciente masa en Reddit el resultado sea contraproducente. De vez en cuando, todo va mejor de lo esperado.	El intento de construir su marca en Reddit es como tratar de vender carne de ballena a Greenpeace. Esto no va a suceder, y es probable que parezca muy feo si lo intentas.	Reddit emergió durante el año pasado como la mejor red social de noticias en generación de tráfico de Internet. Calidad y originalidad son de suma importancia -si su mensaje no es viral, Reddit no lo aprobará.	Si usted hace la primera página, un montón de los sitios recogerá su historia, generando valiosos vínculos de retroceso. Muchas de estas historias son recogidas por sitios de buena reputación, lo que más confianza a su sitio.
Una red social donde los usuarios pueden preguntar y contestar cuestiones.	El segmento de usuarios cada vez mayor de Tumblr y la capacidad de preguntar y responder a preguntas hace que el sitio sea un favorito para la comunicación con potenciales clientes. A medida que el crecimiento exponencial del sitio continúa, espera rivalizar con Twitter como herramienta de comunicación número 2.	La simpleza de la plataforma de Tumblr y su capacidad extrema de intercambio de contenidos lo convierten en una herramienta de branding muy viable. GenY está migrando a Tumblr para compartir opiniones, si ese componente demográfico es importante para su negocio, su presencia en Tumblr debe ser fuerte.	Las imágenes pueden conseguir tráfico. De lo contrario, no hay un verdadero potencial para la generación de tráfico todavía. En los próximos meses, se puede ampliar, pero en la actualidad casi toda la actividad para directamente por el propio Tumblr.	La naturaleza bloguera de Tumblr permite un potencial muy alto desde la perspectiva de la generación de enlaces. Sus propias páginas también ocupan un lugar muy bueno en los motores de búsqueda.

¡Malo! **¡OK!** **¡Bueno!**