

# Best practices **SOCIAL MEDIA** 2025



# GENERAL

## Humanizar para convertir con contenidos auténticos

### EGC (Employee-Generated Content)

Anima a tus empleados a publicar libremente en sus propias redes sociales lo que han aprendido, sus conocimientos y su experiencia en la empresa. Autenticidad, este tipo de contenido es una prueba social por derecho propio.

### Employee Advocacy

Crea verdaderos embajadores de la marca en sus redes personales, mediante incentivos o recompensas para motivar a tus empleados. No hay employee advocacy sin empleados comprometidos.

### UGC (User-Generated Content)

Invita a tus clientes o pide a tus embajadores que compartan sus experiencias con tus productos y servicios a través de hashtags o concursos.

### Creator Economy

Ya no es una sorpresa que debas trabajar con creadores de contenido. Aportan credibilidad a la marca y contribuyen a aumentar la notoriedad. Llegas a su audiencia y ganas visibilidad.



EGC (Employee-Generated Content)  
Metricool



UGC (User-Generated Content)  
Garnier



Employee Advocacy  
Microsoft



Creator Economy  
Moonboot

# GENERAL

## Black Listing VS White Listing

### White Listing

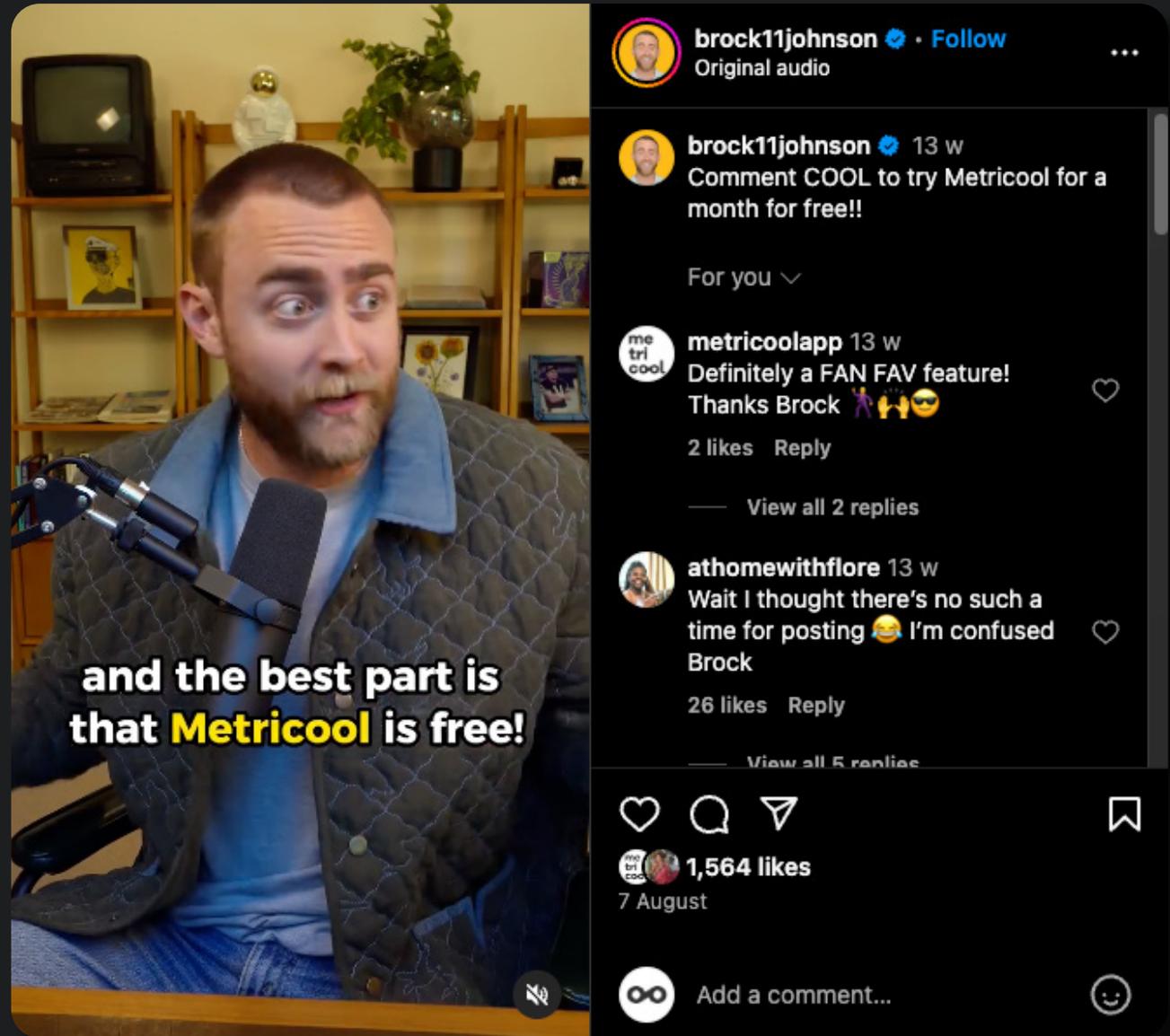
En las próximas colaboraciones, pide permiso al influencer para utilizar su perfil/acción de marketing para tus anuncios. Si han funcionado bien, es una buena opción para aumentar la autenticidad y el alcance de tus campañas.

Credibilidad + visibilidad del influencer = Alcance

### Black Listing

Excluye a determinadas audiencias, regiones o perfiles en tus anuncios para optimizar el presupuesto y evitar segmentos de audiencia irrelevantes.

Segmentación dirigida = Mejor ROI



White listing  
Brocks US



Impulsa la interacción  
Metricool



TOFU - MOFU - BOFU  
Sephora

# INSTAGRAM

## Impulsa la interacción

Si aún no lo haces, utiliza Manychat. Es la mejor manera de impulsar tus interacciones mientras rediriges a potenciales clientes a tu web. Automatizaciones sencillas, pero estratégicas que te traerán alcance y ventas. La combinación perfecta.

## Contenido más que forma en tus reels

Adam Mosseri (Head of Instagram) recomienda centrarse en la historia que quieres contar y la marca que deseas construir, en lugar de pensar solo en la producción del vídeo.

## Sigue la estrategia orgánica del embudo de redes sociales

**TOFU:** Reels para llegar a una nueva audiencia

**MOFU:** Carruseles e imágenes para educar e informar a este nuevo público

**BOFU:** Historias para convertir e incentivar la compra

# LINKEDIN

## Explotar el formato vídeo

LinkedIn está potenciando el formato vídeo. Para explotar tu alcance, ahora es el momento de empezar.

## Seguir haciendo carruseles

Este es el formato más utilizado por las marcas. Interacciones, compartidos y engagement, tiene el combo ganador.



Explotar el formato vídeo



Seguir haciendo carruseles  
Metricool

**Tibo InShape** •  
 @TiboInShape · 24,8 M d'abonnés · 4,1 k vidéos  
 Subscribe For New Videos Every Day! ...plus  
 tiboishape.com/shop et 5 autres liens

S'abonner View channel stats

Course d'obstacle à l'armée de terre !! 16:01  
 247 k vues · il y a 1 mois  
 35 VPH 0.5x

Tous mes repas de la journée pour avoir des abdos !! (en sèche) 21:54  
 507 k vues · il y a 1 mois  
 114 VPH 0.9x

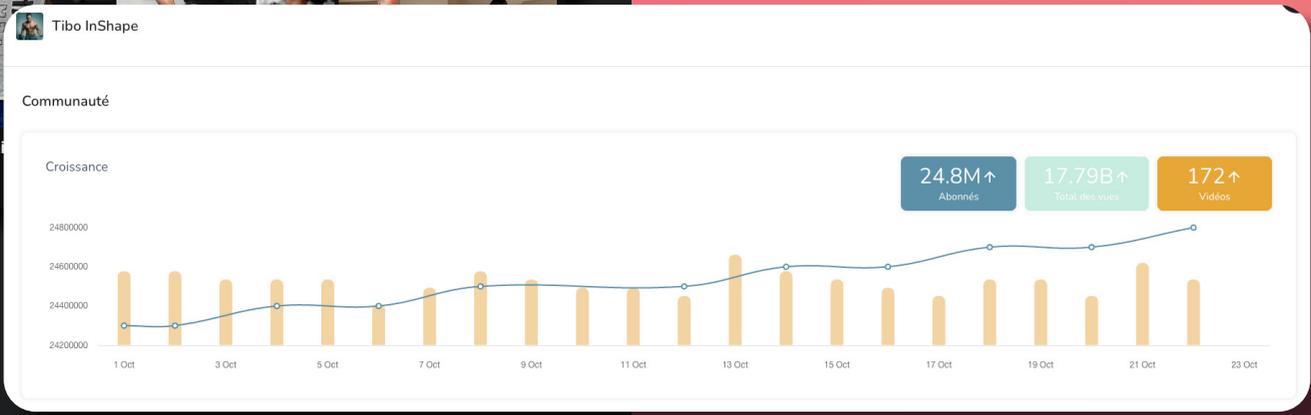
une simple séance de muscu à l'ancienne 1:26:29  
 100 k vues · il y a 1 mois  
 8 VPH 0.2x

LA PIRE SECTE DE FRANCE !! 52:20  
 580 k vues · il y a 1 mois  
 45 VPH 1.1x

Fitness motivation !! 2024 29 k vues

Wedding 2005 32 k vues

Never skip bra 35 k vues



# YOUTUBE

## Shorts + vidéo = combo gagnador

Para ser descubierto: utiliza los Shorts

Para educar: utiliza el formato largo

Para consolidar: comparte en la comunidad

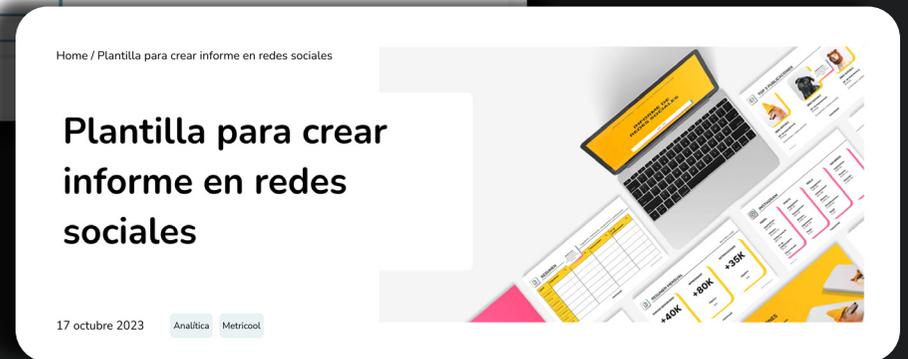
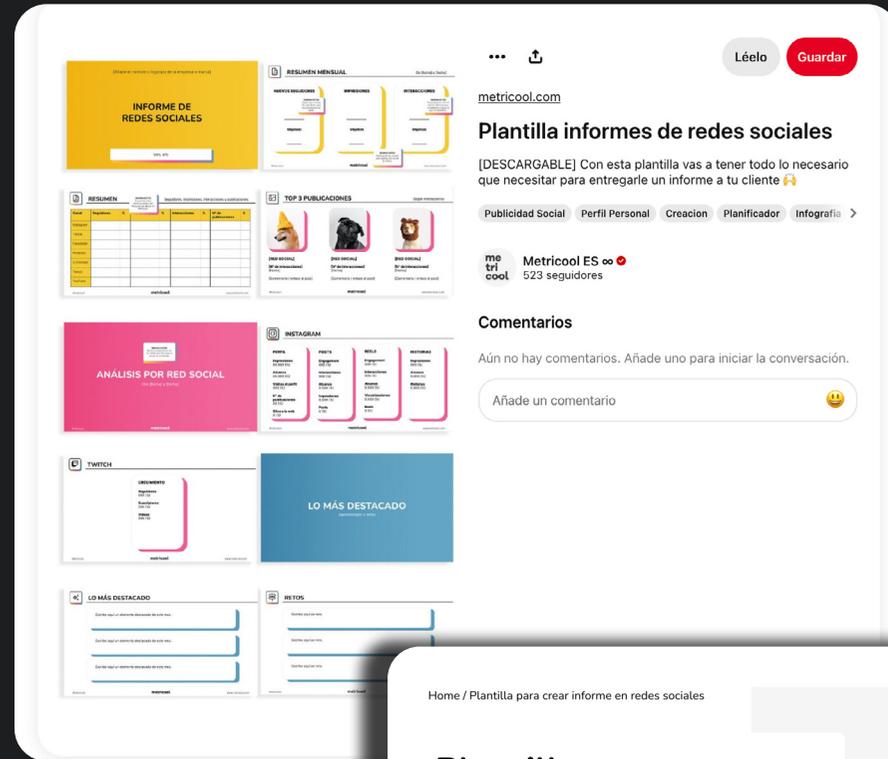
Shorts + vídeo = combo gagnador  
 TiboInshape

# PINTEREST

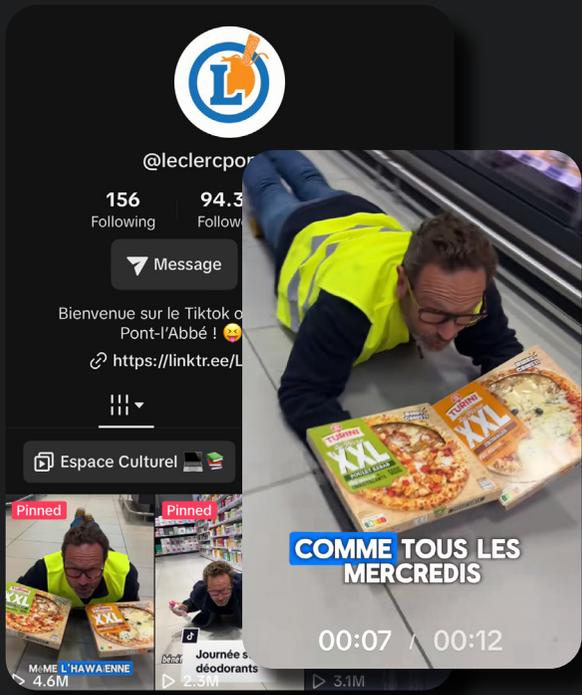
## Redirigir el tráfico

Para optimizar tus pines y redirigir su tráfico de la mejor manera posible, adopta esta fórmula:

Visual + Palabra clave + enlace con UTM = clics salientes



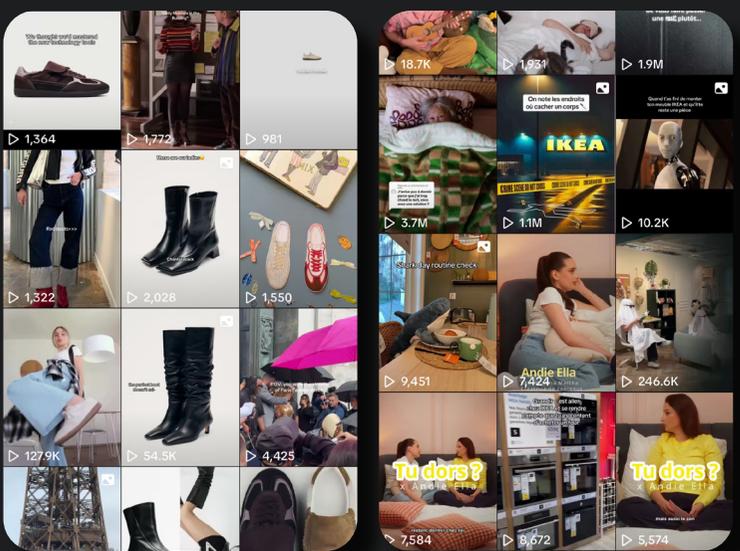
	Fecha	Impresiones ↓	Guardados	Clics en pin	Clics salientes	Visualizaciones de v
 Plantilla informes de redes sociales ...	13 ago 2024 19:01	695	4	28	5	0



Cuenta pequeña = crecimiento garantizado  
Leclerc Pont Labbé



Más tiempo y menos snack content  
 Zalando



Todos los formatos cuentan  
 Alohas / IKEA

# TIKTOK

## Cuenta pequeña = crecimiento garantizado

El alcance es genial para cuentas pequeñas (>2000 seguidores). TikTok es una gran oportunidad para que te descubran.

## Más tiempo y menos snack content

Cuenta tu historia de forma concisa: un mensaje claro y contundente atrae más la atención. Zalando ajusta la duración de sus vídeos (unos 65 segundos) para lograr el máximo impacto, pero recuerda que a veces menos es más.

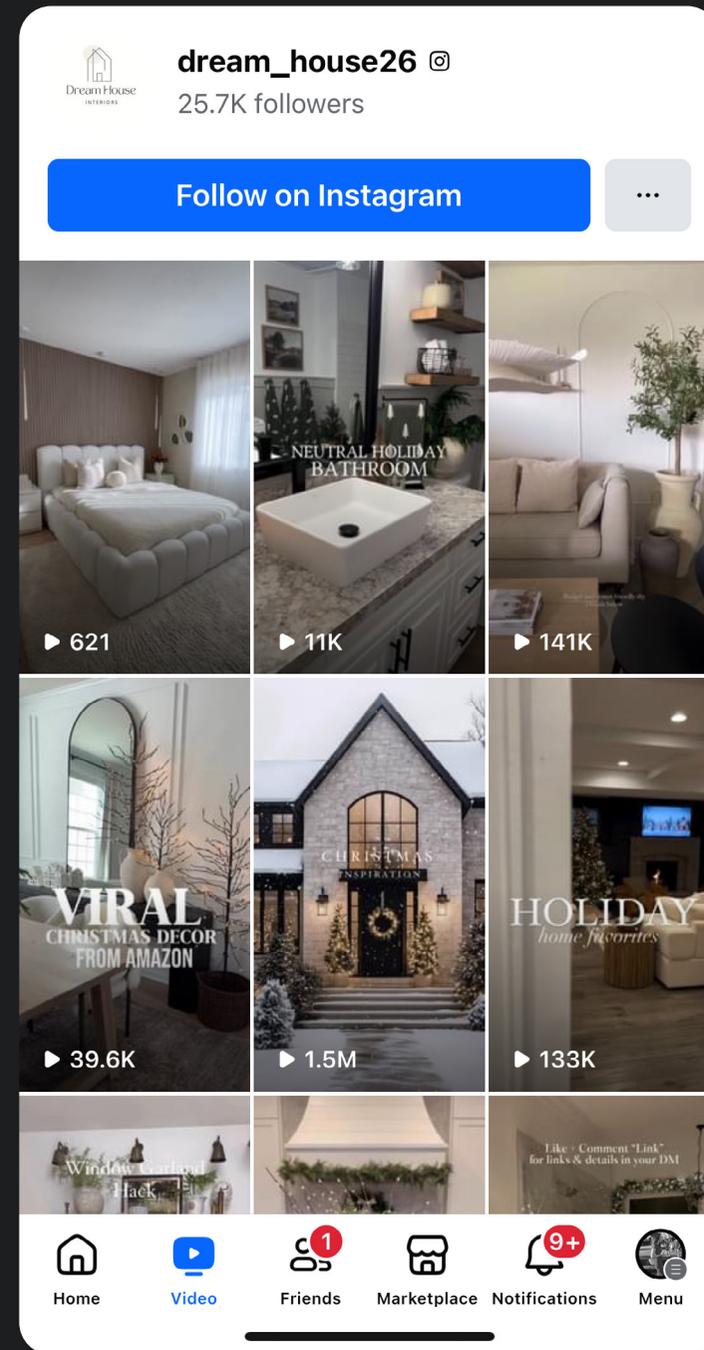
## Todos los formatos cuentan

Los vídeos son el formato preferido de marcas y creadores por su amplio alcance y numerosas interacciones. Sin embargo, las imágenes y los carruseles, aunque menos vistos, ofrecen un mayor engagement con el público objetivo.

# FACEBOOK

## Las marcas aumentan la frecuencia de los reels

Los reels son el formato preferido por las marcas, alargando su durabilidad siempre que Meta los destaque y facilite el cross-posting entre Instagram y Facebook.



Dream House

Pasa a la acción y analiza el rendimiento de tus redes sociales con Metricool.

**Regístrate GRATIS aquí**

**metricool**