



# REDES SOCIALES GLOBALES

Guía para concesionarios. Sección 1.

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Acerca de este documento



**En este documento se recogen las mejores prácticas y recomendaciones para ayudarte a localizar tus campañas de JLR en redes sociales.**

También te facilitará la gestión diaria de canales con consejos sobre cómo aprovechar las funciones básicas para diseñar una experiencia de marca premium y crear una comunidad fiel y comunicativa entre nuestros propietarios aplicando los 5 principios Customer First a todas nuestras comunicaciones.

Al final de este documento encontrarás una página de contactos para resolver cualquier consulta o duda relacionada con redes sociales.



# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Contenidos



### 1 Introducción

- Resumen de redes sociales
- Por qué necesitamos normas para redes sociales
- Tendencias clave en 2019

### 2 Contenidos de las redes sociales

- Tono de voz
- Papel de los contenidos y canales
- Contenidos recomendados y cómo generar *engagement*
- Calendario de contenidos
- Contenidos de vídeo

### 3 Gestión de canales

- Franquicia única, doble y múltiple
- Variedad y mix de publicaciones

### 4 Mejores prácticas en plataformas

- Recomendaciones para todos los canales
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn

### 5 #Hashtags y secuencias finales

- Finalidad principal
- *#Hashtags* globales aprobados por Jaguar
- *#Hashtags* globales aprobados por Land Rover

### 6 Community management

- *Community management* reactivo vs. proactivo
- Interacción reactiva
- Respuesta a la interacción positiva y negativa
- Proceso JLR para la gestión de crisis
- Lista de control de atención al cliente

### 7 Guía de redes sociales de pago

- Guía de compra
- Formatos publicitarios y *targeting* (Facebook, Instagram, Twitter)
- Reglas de oro para anuncios de pago

### 8 Medición del éxito

- Seguimiento de medidores KPI
- Ejemplos de KPI global
- Desarrollo de códigos UTM

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Introducción

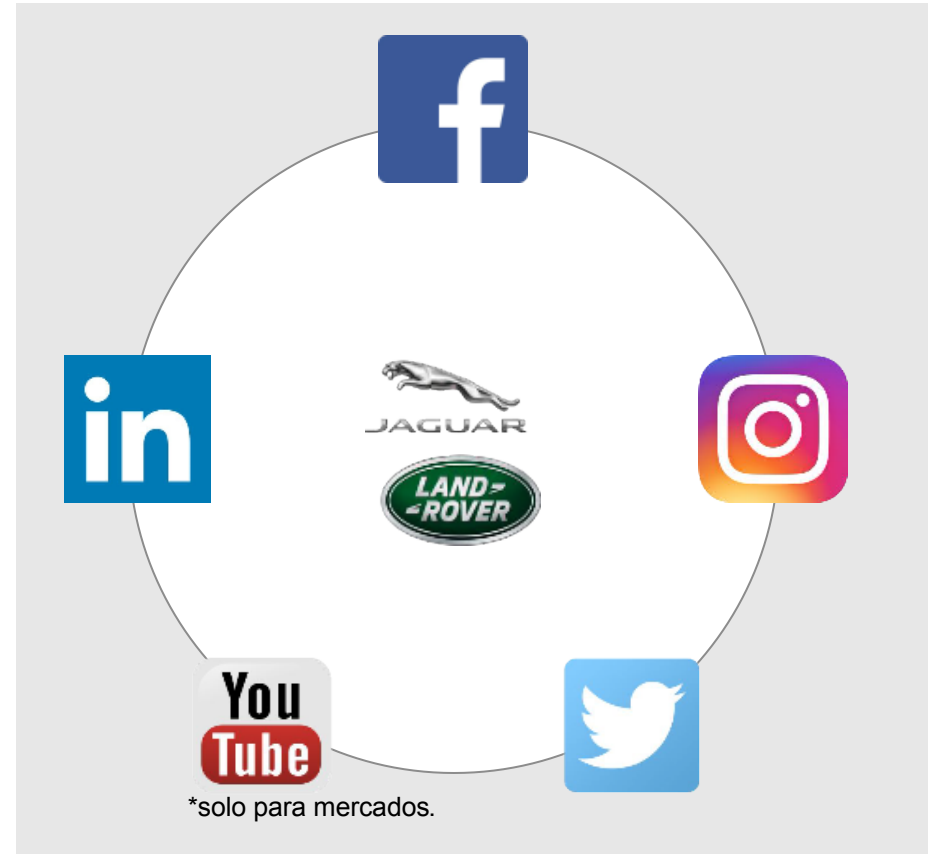


### Resumen de redes sociales -

Las redes sociales conforman un área apasionante e importante donde destacar eficazmente tu marca de concesionario y atraer a tu audiencia de manera rentable.

### ¿Por qué necesitamos normas para redes sociales?

- Para asegurarnos de que tanto los mensajes de la marca como la campaña sean consistentes a través de todos los puntos de contacto dentro de nuestros propios canales sociales.
- Para dotarte de herramientas con las que desarrollar contenidos de marca oficiales y auténticos con los que lograr la máxima repercusión entre tu público.
- Para asegurarnos de que cuando publiques contenidos, lo hagas en base a una llamada a la acción potente y fácilmente entendible por tu público.



\*solo para mercados.

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

Tendencias clave para 2020



**Contenidos en Redes Sociales (RRSS)**

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

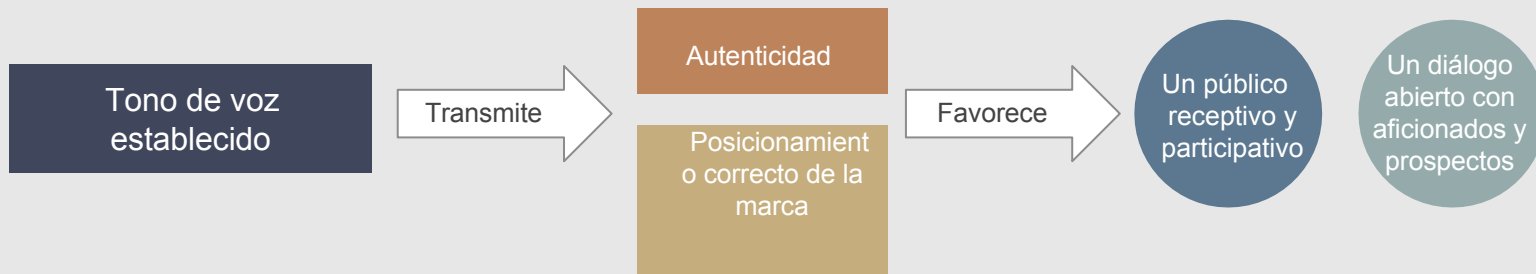
## Contenidos en redes sociales



### Tono de voz -

Cuando publicamos contenidos acerca de Jaguar y Land Rover en las redes sociales estamos representando a la marca y por ello debemos cuidar en todo momento el tono utilizado. Al ceñirnos al tono de voz acordado, no solo aseguramos a los clientes la autenticidad y originalidad del mensaje, sino que apoyamos el posicionamiento de nuestra marca y los objetivos de la campaña

A la hora de crear contenidos para las redes sociales, los concesionarios deben procurar generar conversaciones entre los seguidores dentro de su área de mercado específica. De esta manera, podrás crear y ofrecer novedades exclusivas para tu comunidad, ser un punto clave del servicio de atención al cliente y, por último, acercarte a tu público y clientes.



# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Contenidos en redes sociales

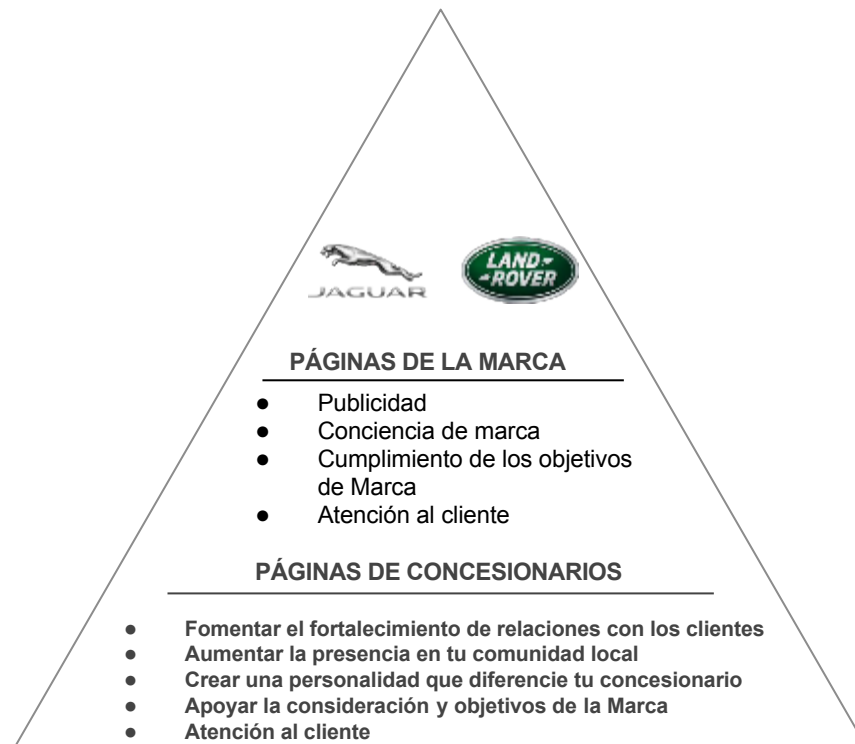


### Papel de los contenidos / canales -

Si bien las páginas de la marca JLR publican contenidos diseñados para cumplir los objetivos a nivel nacional, las páginas de los concesionario deben centrarse en lograr:

- Un primer acercamiento a los clientes de JLR cuando se trata de la interacción con el consumidor.
- Una fuerte presencia en tu comunidad local.
- Crear y apoyar ofertas tácticas.
- Localizar contenidos para comunidades específicas que mejoren la experiencia de marca.

Los concesionarios también deben considerar la posibilidad de recurrir a la publicidad de pago para llegar a un público más específico.



# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Principios Customer First



Los principios Customer First de JLR deben guiar el enfoque de los concesionarios en lo que a redes sociales se refiere. Las comunicaciones y los contenidos de los concesionarios deben centrarse en el servicio de atención al cliente y en las comunidades locales.



### Trato personalizado

Se muestran flexibles con mis necesidades y respetuosos con mi tiempo.

Como cliente, espero recibir un trato personalizado: la misma experiencia no es válida para todos.



### Transparencia

Son mis asesores de confianza. Siempre están dispuestos a velar por mis intereses.



### Facilidad para hacer negocios

Se ocupan de todo para que yo no tenga que preocuparme de nada. Llevo una vida muy ajetreada y todo lo que hagan para facilitármela es de agradecer.



### Fiables

Hacen lo que dicen que van a hacer y en el plazo en el que se han comprometido a hacerlo.



### Me hacen sentir especial

Me cuidan y valoran hoy y seguirán haciéndolo en el futuro. Hacen que sonría: los pequeños detalles a menudo marcan la diferencia y son los que al final uno recuerda y comparte con los demás.



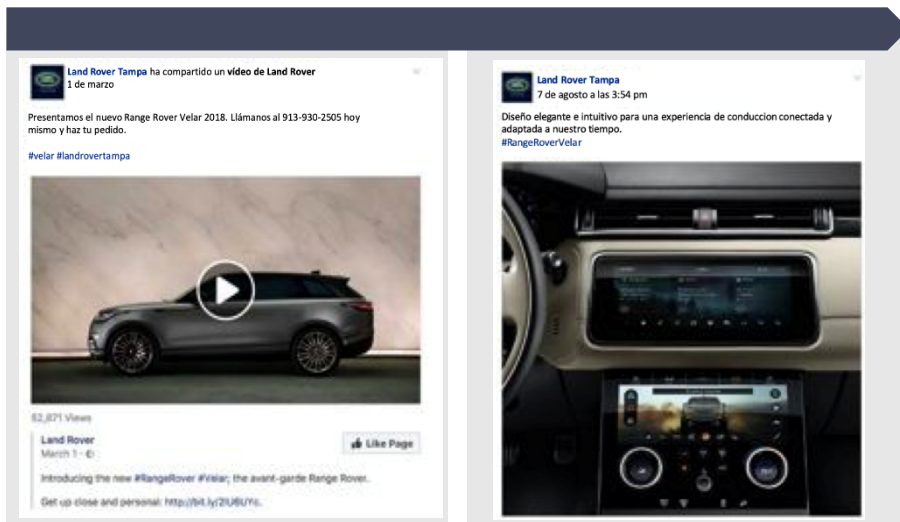
# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Contenidos en redes sociales



### Mix de contenidos de concesionarios a nivel nacional y local

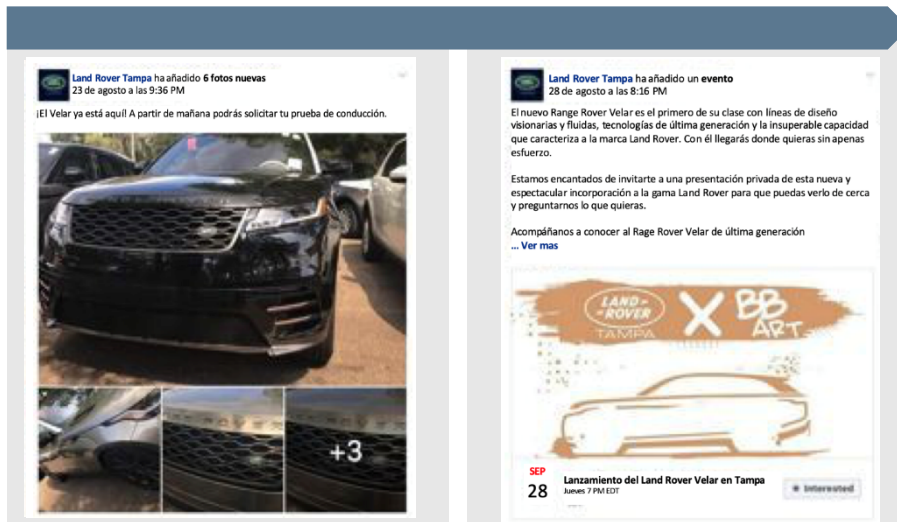
A la hora de anunciar el lanzamiento de un nuevo modelo debes usar los contenidos (obligatorios) facilitados por los equipos JLR a fin de preparar el terreno. Para dar continuidad a las series de contenidos, publica imágenes del concesionario a fin de que todos sepan que el nuevo modelo ya se encuentra en tu exposición e invita al público a visitarla para informarse.



Contenidos sobre el lanzamiento del modelo desde los canales del mercado de conformidad con los plazos de embargo / lanzamiento para conseguir una amplia difusión.



Vídeo de características y ventajas dirigido a clientes potenciales con información relevante del producto



Contenidos del Concesionario para persuadir a posibles compradores de que visiten la exposición / realicen una prueba de conducción.

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Contenidos en redes sociales



### Contenidos relacionados con la actividad cotidiana – Ejemplos

Aprovecha las oportunidades de contenidos del concesionario en relación a las activaciones que estás llevando a cabo. Los mismos permiten a los clientes hacerse una idea de la clase de contenidos que pueden esperar cuando visiten las páginas de tu concesionario.

#### Art of Performance

Land Rover Tampa ha añadido 13 nuevas fotos  
13 de abril · 🌐

The Barbagallo Jaguar Art of Performance Tour



#### Activaciones del concesionario

Land Rover Tampa ha compartido un video de Land Rover  
1 de marzo · 🌐

Presentamos el nuevo Range Rover Velar 2018. Llámanos al 913-930-2505 hoy mismo y haz tu pedido.

#velar #androvertampa



52.871 reproducciones

Land Rover  
1 de marzo · 🌐

Me gusta

Presentamos el nuevo #Range Rover #Velar; el Range Rover de última generación.

Conócelo de cerca en: <http://bit.ly/2IU6UYc>.

#### Campañas del concesionario

Jaguar of Tampa ha añadido 2 nuevas fotos  
2 de mayo · 🌐

[www.jaguaroftampa.com](http://www.jaguaroftampa.com)  
Descubre nuestras increíbles ofertas en mayo. ¡Ven a vernos y sal conduciendo el Jaguar de tus sueños!



#### Dealer Hospitality

Jaguar Centurion  
28 de septiembre a las 11:00 am · 🌐

Ponte cómodo y disfruta de una taza de café recién hecho mientras preparan tu Jaguar. También disponemos de Wi-Fi gratuito y de prensa y revistas de actualidad para amenizar la espera.



Me gusta

Comentar

Compartir

👍 9

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Contenidos en redes sociales



### Fomentar la participación de los clientes – Ejemplos

Usa las historias de nuevos clientes para compartir la auténtica experiencia de compra y la emoción de recoger un vehículo JLR en tu concesionario. Este tipo de contenidos no solo resultan atractivos por su componente emocional, sino que transmiten la sensación de que el trato que reciben los nuevos clientes en tu concesionario es amable y caluroso. Comparte también las experiencias y testimonios positivos de los clientes más allá del proceso de entrega para mostrar el buen funcionamiento del resto de los servicios que ofrecéis.

***Si quieres usar las fotos online de tus clientes, asegúrate antes de que firmen una hoja de consentimiento donde manifiesten su conformidad para aparecer en tus canales.***

#### Llegada del modelo al concesionario



#### Entrega del vehículo al nuevo cliente



#### Testimonios / opiniones de los clientes



#### Experiencias de conducción



# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Contenidos en redes sociales



### Contenidos promocionales – Ejemplos

Estos ejemplos a continuación son una muestra de cómo los concesionarios pueden llevar a cabo actividades promocionales a través de sus canales. Es importante que se especifique claramente el contenido de la promoción y lo que el lector debe hacer para obtener más información y acceder a la promoción.

#### Fin de producción de un modelo

Purnell Jaguar Land Rover ha añadido 2 fotos nuevas

El sol ha salido justo a tiempo para el fin de semana y qué mejor ocasión para visitar nuestro concesionario y echar un vistazo a las espectaculares ofertas que hemos preparado para el Jaguar XE y del increíblemente versátil Jaguar F-PACE.

Tenemos increíbles ofertas "todo incluido" en ambos modelos y suficientes unidades para que puedas ponerte al volante de tu Jaguar antes de lo que piensas.

Entra en [www.purnelljaguar.com.au](http://www.purnelljaguar.com.au) o llámanos para hablar con uno de los cuatro miembros de nuestro equipo de expertos.



**F-PACE – DESDE 79.990 \$\***  
**TODO INCLUIDO**

**FIN DE PRODUCCIÓN DEL  
MODELO 2017**

DESCUENTOS EXCEPCIONALES EN XE, XF Y F-PACE.

#### Descuentos en vehículos

Purnell Jaguar Land Rover ha añadido un evento.

Ayer a las 3:04 am · 🌐

Venta especial anual de 3 días de duración en Purnell Jaguar Land Rover. Del viernes 10 de noviembre y al domingo 12 de noviembre.  
Precios irrepetibles en todos los vehículos nuevos, de demostración y usados con 5 años de mantenimiento gratuito en todos los productos JLR y un iPad gratis con todos los productos adquiridos durante el evento de 3 días de duración.



**10** Purnell Jaguar Land Rover 3 días de V...  
Del 10 al 12 de noviembre · Purnell Jaguar Land Rov...  
9 personas están interesadas

Me gusta Comentar Compartir

#### Pruebas de conducción

Jaguar Bryanston

12 de octubre a las 5:03 am · 🌐

El Jaguar XE está listo y esperando. Ven a probarlo hoy.  
<http://bit.ly/X-Eib>



Me gusta Comentar Compartir

#### Ofertas

Purnell Jaguar Land Rover ha compartido su publicación.

27 de octubre a las 10:06 pm · 🌐

Solo faltan cuatro días para que finalice esta increíble oferta.

¡Date prisa!  
[www.purnelljaguar.com.au](http://www.purnelljaguar.com.au)

**¡DESCUENTO DE 5.000 \$ EN EL TDV6 DISCOVERY!**



**HASTA AGOTAR EXISTENCIAS – HASTA EL 31 DE OCTUBRE DE 2017**

Purnell Jaguar Land Rover

24 de octubre a las 11:53 pm · Kogarah, NSW, Australia · 🌐

¡Date prisa!, esta oferta finaliza el jueves 31/10/17 y está limitada a vehículos en stock entregables este mes. Promoción no prorrogable y stock limitado.

Para más información, llámanos o ven a vernos. [www.purnelljaguar.com.au](http://www.purnelljaguar.com.au)

Me gusta Comentar Compartir



# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Ejemplos de contenidos de otras marcas



### Contenidos promocionales – Ejemplos de lo que no debe hacerse

#### Imágenes no relacionadas / de otras marcas

Audi Centre Fourways se siente orgulloso.

Gracias, Keketo, por tu amable cumplido

"Buenas tardes, Recientemente Sammy (Samantha Marnitz) me invitó a probar el Audi A1 5 Tronic y tengo que decir que es, con mucho, una de las mejores vendedoras con las que he tratado. Hablar con ella fue realmente fácil y me hizo sentir realmente cómoda. En ningún momento tuve la sensación de que le movía el interés, lo cual es muy de agradecer para variar..."

Ver más

Me gusta Comentar Compartir

No se deben mostrar imágenes donde no aparezca la marca JLR o donde solo haya texto dentro de la imagen

#### Contenidos no relacionados con vehículos

BMW Berry Chiswick

¿Te apetece un menú de 3 platos y una botella de vino? Nos hemos asociado con The White Hart en Harlington, donde podrás disfrutar de cerveza y sidra de excepcional calidad, excelentes vinos y deliciosos platos preparados con ingredientes frescos.

Compra tu nuevo BMW antes del 30 de septiembre y te invitamos a degustar un fabuloso menú. Consulta los Términos y Condiciones.

BMW Berry Chiswick  
Motor Vehicle Company

Me gusta Comentar Compartir

Cualquier contenido sobre colaboraciones debe incluir un vehículo o un representante de la marca JLR en la imagen.

#### Demasiado texto en una misma publicación

Porsche Centre Hatfield

Con frío o con lluvia, los neumáticos de verano no son la mejor opción para tu Porsche. Aunque está diseñado para que lo conduzcas en cualquier época del año, puedes mejorar aún más sus prestaciones y disfrutar de una conducción más gratificante y segura en condiciones de frío, lluvia o nieve instalando llantas y neumáticos de invierno en tu Porsche.

Llama al departamento de recambios para solicitar más información sobre las llantas Porsche de invierno y el coste de almacenamiento de

Me gusta Comentar Compartir

Un texto demasiado largo o enrevesado puede disuadir al público de leer tus publicaciones. Es preferible usar frases concisas y directas.

#### Publicaciones basadas solo en texto

Lancaster Mercedes-Benz

¿No se te ocurre qué regalar el Día de la Madre? Tenemos la solución...

Collection Mercedes-Benz  
[[ctrl.metaService.description]]  
SHOP.MERCEDES-BENZ.COM

Me gusta Comentar Compartir

Las imágenes son elementos llamativos con contenidos fácilmente «digeribles» por los usuarios. Una publicación basada únicamente en texto se pierde en el feed.

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Contenidos en redes sociales



### Calendarios de contenidos -

Crear y publicar contenidos de calidad requiere un trabajo considerable, por lo que debes organizarte y elaborar un calendario adaptado a tu negocio.

Contar con un calendario de contenidos mensual te permitirá organizar el contenido permanente frente al contenido reactivo que solo se puede crear en el mismo día o semana.

El calendario de contenidos deberá incluir todos tus canales y activos de manera organizada para que puedas acceder fácilmente a la información siempre que lo necesites.

La forma más fácil de organizar este tipo de calendario es usar un hoja de cálculo diferente para cada mes donde las actividades aparezcan agrupadas a su vez por mes o por día en función del volumen de contenidos que preveas publicar.

Si dispones de varios canales de redes sociales para promocionar contenidos, te resultará útil añadir iconos representativos de cada red junto al título de la publicación. De esta manera podrás racionalizar tus estrategias de contenidos de marketing y redes sociales.

Redes Sociales Jaguar  
Calendario de Contenidos Global de Julio  
Semana 2

FECHA	PLATAFORMA	MODELO/CAMPAÑA	FECHA PUBLICACIÓN	TÍTULO DEL POST	URL/DESCRIPCIÓN DEL VIDEO	URL	MATERIAL
	Facebook	XE		A criterio de CM Inspirado en nuestro deportivo F-TYPE, el XE es la berlina deportiva más avanzada, eficiente y refinada jamás fabricada por Jaguar. Reescribe todas las reglas.		<a href="http://www.jaguar.com/es/medias/xe/xe-introduccion-2016">http://www.jaguar.com/es/medias/xe/xe-introduccion-2016</a>	
	Twitter	XE		A criterio de CM Reescribe todas las reglas. #Jaguar XE		<a href="http://www.jaguar.com/es/medias/xe/xe-introduccion-2016">http://www.jaguar.com/es/medias/xe/xe-introduccion-2016</a>	
	Instagram	XE		A criterio de CM La claridad nace de la elegancia. #Jaguar @JaguarMedia: #Jaguar XE #AWD #Deportivo #Berlina #CarsOfInstagram			

Contenidos de Land Rover para redes sociales

FECHA	PLATAFORMA	MODELO/CAMPAÑA	FECHA PUBLICACIÓN	TÍTULO DEL POST	URL/DESCRIPCIÓN DEL VIDEO	URL	ENLACE AL MATERIAL EN GOOGLE DRIVE	MATERIAL
Semana 1, 1 de Junio de 16	Facebook	Range Rover SUV		El Range Rover SUV Autobiography se fabrica con los mejores materiales y es diseñada sobre artesanía y sofisticación al más puro estilo británico. Descubre lo en <a href="http://bit.ly/1g13M64">http://bit.ly/1g13M64</a>		<a href="https://drive.google.com/open?id=1C8u2J7C8eN1WU1L5CB">https://drive.google.com/open?id=1C8u2J7C8eN1WU1L5CB</a>		
	Twitter	Range Rover SUV		El Range Rover SUV Autobiography se fabrica con los mejores materiales y es diseñada sobre artesanía y sofisticación al más puro estilo británico. Descubre lo en <a href="http://bit.ly/1g13M64">http://bit.ly/1g13M64</a>		<a href="https://drive.google.com/open?id=1C8u2J7C8eN1WU1L5CB">https://drive.google.com/open?id=1C8u2J7C8eN1WU1L5CB</a>		
	Instagram	Range Rover SUV		El Range Rover SUV Autobiography simboliza la artesanía británica por su elegante sofisticación al uso de materiales de la más alta calidad. #Rd4 #Autoterrero #CarsOfInstagram #LandRover #Berlina #Mercedes #Jaguar		<a href="https://drive.google.com/open?id=1C8u2J7C8eN1WU1L5CB">https://drive.google.com/open?id=1C8u2J7C8eN1WU1L5CB</a>		

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Contenidos de vídeo



### Contenidos de vídeo sobre el terreno

Este tipo de contenidos son los que se crean en el propio concesionario sin la intervención de equipos de JLRE. Los vídeos tienen una duración de entre 5 y 20 segundos y no es necesario que incluyan un fotograma final. Si bien es posible grabar los vídeos mediante un *smartphone*, no hay que descuidar en ningún momento la calidad y el resultado final.

Ejemplos de uso: Entregas de vehículos a clientes, presentaciones de nuevos modelos en el concesionario y pruebas de conducción.

### Contenidos de largo formato y campañas

Los contenidos de largo formato y las campañas deben realizarse en colaboración con los equipos de JLRE y sus Agencias.

En todos los contenidos de vídeo de formato largo deben aparecer los fotogramas finales aprobados para Jaguar y Land Rover. Este último es un requisito obligatorio en todos los vídeos de campañas de JLR.

Tanto la calidad del vídeo como la presentación de la marca o del modelo deberán ajustarse a las particularidades del mercado local para garantizar su pertinencia y evitar la duplicación de campañas.

Ejemplos de uso: Activaciones mensuales propias del concesionario.



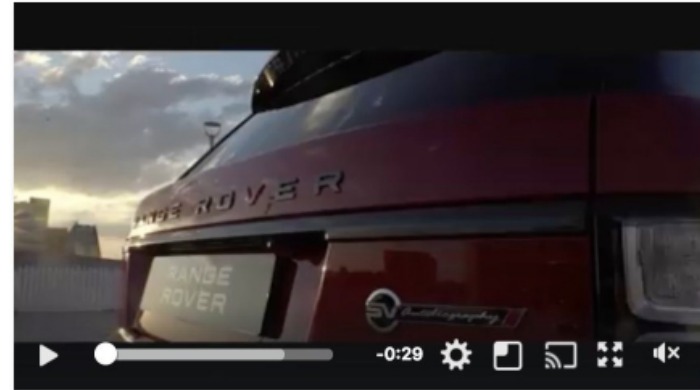
# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Normas para contenidos de vídeo



### Lo que no hay que hacer...

- Publicar vídeos de mala calidad de los vehículos
- Publicar información en el vídeo acerca de servicios/accesorios no disponibles en el mercado en el que operas
- Usar emojis, notas, imágenes prediseñadas, iconos, etc.
- Crear vídeos de más de 90 segundos de duración
- Olvidar una llamada a la acción
- Basar el vídeo en el sonido: su finalidad es acompañar a las imágenes, no acaparar todo el protagonismo.
- Ver video de ejemplo de lo que no hay que hacer:  
<https://www.facebook.com/LookersJag/videos/2163589850565499/>







## Gestión de canales

---

# GUÍA PARA CONCESIONARIOS

## Normas para páginas web de concesionarios JLR



### Páginas web bimarca

**No se recomienda** el uso de páginas web bimarca en ninguno de los canales de redes sociales aprobados.

Jaguar y Land Rover deben ser vistas como dos marcas independientes, lo que debe reflejarse en el entorno del concesionario para asegurar la coherencia del mensaje.

Aunque se permitirá que los concesionarios con cuentas bimarca ya establecidas mantengan esta condición, aquellos establecimientos que inicien su actividad en redes sociales deberán crear cuentas separadas para cada una de las marcas.

### Concesionarios multifranquicia

Son concesionarios que abarcan marcas de varios fabricantes dentro de su ámbito de negocio.

Dichos concesionarios tienen autorización para promocionar la marca y los contenidos de productos JLR en sus cuentas multimarca junto con los contenidos de fabricantes de otras marcas. Sin embargo, este tipo de concesionarios está obligado a tener cuentas **de uso preferente de redes sociales dedicadas exclusivamente a las marcas JLR.**

### Variedad y mix de publicaciones

#### Marca

Sigue el ejemplo de las cuentas de los diferentes mercados de Jaguar y Land Rover: son un acceso directo al apasionante y exclusivo mundo de ambas marcas. Tanto las iniciativas a nivel nacional como las campañas u otras iniciativas como los concursos deberán adaptarse a las características particulares de cada público.

#### Producto

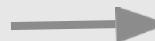
Mantén al día a tu audiencia de la oferta comercial más destacada de tu concesionario con información actualizada, fotos y vídeos de los productos. Personaliza los contenidos en función de tu público en lo que a eventos, novedades del concesionario y pruebas de conducción se refiere.

#### Local

El eje central de tu página deben ser los contenidos dirigidos a la comunidad vinculada a tu concesionario. Los contenidos pueden centrarse en los clientes, los vehículos o el personal de tu concesionario, y también en los eventos, concursos y colaboraciones con organismos locales.

**Recuerda que JLRE colabora en tu nombre en las acciones Always On de Concesionario (ofertas que refuerzan las nacionales).**

### Distribución porcentual y frecuencia de las publicaciones



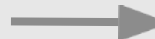
20%

\*Mínimo de 3 publicaciones mensuales en cada canal



30%

\*Mínimo de 3 publicaciones mensuales en cada canal



50%

\*Mínimo de 5 publicaciones mensuales en cada canal