



Empresas con destino al éxito favor abordar por la puerta 2.0



El boom de las redes sociales ha tomado a muchas empresas desprevenidas y son sus usuarios quienes las obligan a dar ese paso –para algunos temerario– de entrar en este mundo de “@”, “me gusta”, “RT” y mucha, pero mucha información. ¿Está su empresa abordando el vuelo al éxito?

POR MANUEL GAGO
@MANUELGAGO

Al dar el primer paso hacia el universo 2.0, lo importante es tener definida una estrategia congruente con las metas de la empresa. No se trata de estar por estar. Las redes sociales son una herramienta más del abanico existente para cumplir con los objetivos planteados. Lo ideal es que en la creación de esta estrategia participen las unidades involucradas y que la ejecución esté a cargo de un especialista en redes sociales, quien tendrá la responsabilidad de amalgamar toda la información suministrada para sintetizarla y exponerla de manera exitosa.

¿POR QUÉ UNA EMPRESA DEBERÍA ESTAR PRESENTE EN LAS REDES SOCIALES?

Como hablamos de redes sociales, lanzamos esta pregunta en Twitter, Facebook y Google+. Diversos expertos en *social media*, especialistas en *marketing* y empresarios compartieron sus ideas al respecto.

SMLatam @SMLatam: (una de las razones es) porque por lo menos 1/3 parte de tus clientes están en las redes sociales.

Manuelessa @Manuelessa: Mantener su relación con el mercado, escucharlo, darle respuestas, analizar sus críticas, compensar, fidelizar y captar nuevos clientes. Es hacer CRM –customer relationship management–.

Inti Acevedo @Inti: Es una excelente forma de conversar y conocer las necesidades de los clientes de una compañía.



Caps
@El_Caps

@El_Caps: Crear una relación transparente y cercana con el consumidor para conocerse mejor. Interacción, inmediatez... ¡Es más fácil que una marca se convierta en un amigo más!



La Escuela Foto Arte
@EscuelaFotoArte

@EscuelaFotoArte: Crear una relación directa y cercana es la mejor manera de posicionar la marca en la mente del consumidor, estar presente en todo momento. Los contenidos de interés crean una conexión emocional que es mucho más valiosa que el tema comercial.



Amilcar Rodriguez
@SarkASStiKo

@SarkASStiKo: Para aprovechar la publicidad gratis que estas redes ofrecen y monitorear el feedback acerca de su producto.



Oscar Del Santo
@OscarDS

@OscarDS: Hay muchísimas razones. Destacaría: para tener un canal de comunicación alternativo con sus clientes.



carlosjimenez
@carlosjimenez

@CarlosJimenez: Defenderse mejor ante una crisis, disipar rumores: las redes sociales están facilitando una infraestructura para mantener relaciones que ya se mantienen en el 'mundo real' y las está potenciando a una escala global.



Guillermo Amador
@Modulor

@Modulor: La decisión de estar en medios sociales no es de la empresa: lo quiera o no, ya está. La gente está hablando de su marca o producto con o sin su autorización. La decisión es participar de la conversación. Si se entiende esto, podemos pasar a lo más importante, que no es sólo estar, sino cómo estar.

La decisión está en sus manos, pero recuerde que ya el llamado de abordar se anuncia en los parlantes. Si tarda mucho en llegar a la puerta 2.0 puede significar un gran retraso en el itinerario de su organización. ✈