

TECNOLOGÍA. PUEDEN SER UN CANAL DE COMUNICACIÓN EFECTIVO PARA LAS COMPAÑÍAS

Redes sociales: ¿moda o estrategia empresarial?

BOGOTÁ. Contar con una estrategia definida que responda a unos objetivos claros, cuyo fin sea mejorar el relacionamiento con sus públicos, es fundamental para aquellas empresas que quieren entrar con éxito en las redes sociales.

Las compañías colombianas que buscan ingresar allí todavía tienen mucho por hacer, y sobre todo por aprender.

Un estudio reciente de la firma de comunicaciones *Burson Marsteller*, advierte que en el país solo el 48% de las empresas participa activamente en las redes.

Para **Guido Gaona** director de la firma para Colombia, "sorprende la subestimación de las herramientas digitales por parte de grandes empresas en Colombia, lo cual se refleja en la baja participación en Twitter o en la falta de blogs corporativos, cuando los usuarios prácticamente se lo piden a gritos".

De acuerdo con **Andrés Julián Gómez**, director de Consultorías 360° de *Si Empresas*, todas las empresas pueden ingresar a ellas, pero deben preguntarse según su estrategia y su segmento de mercado, en qué redes debe tener presencia, para optimizar y direccionar claramente las acciones que realicen.

Por otro lado, **Victor Solano**, Director de Innovación de *Intacto Comunicaciones*, aconseja a las empresas tener muy claros los lineamientos de contar con presencia activa en las redes sociales. "Más que justificar la presencia porque están de moda, una organización debe tener una presencia que contribuya al cumplimiento de las metas del negocio".

Para **Gómez** existen tres actividades que todo empresario debe realizar para familiarizarse con el tema:

- Escuchar: Así la empresa no tenga presencia en redes sociales, la gente puede estar hablando de ella, bien o mal. Es importante monitorear.

- Crear cuentas: Es muy importante crear los espacios en las redes sociales.

- Participar: Una vez entienda que está hablando la gente sobre su empresa, debe empezar a participar con una frecuencia predefinida, y combinarla con contenidos interesantes.

DANIEL MEDINA
dmedina@larepublica.com.co



VÍCTOR SOLANO
DIRECTOR DE INNOVACIÓN DE INTACTO COMUNICACIONES

"Si la presencia no responde a una estrategia, lo más probable es que fracase. Cuando una organización lo hace con responsabilidad, se le nota y es un hecho que despierta la empatía de sus seguidores".



ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ
DIRECTOR DE CONSULTORÍAS 360° DE SI EMPRESAS

"Las empresas que ingresan exitosamente a las redes sociales, lo hacen cuando se dan cuenta que los clientes están cambiando, que usan las herramientas con frecuencia y que no las pueden ignorar".



GUIDO GAONA
DIRECTOR GENERAL DE BURSON MARSTELLER COLOMBIA

"En Colombia sólo el 48% de las empresas participan activamente en las redes. Esto sorprende si se tiene en cuenta que los clientes les piden a gritos que cuenten con presencia en estos canales".



SIGANOS EN Las redes sociales
Encuentre toda nuestra información en los canales de Facebook y Twitter.

10 CONSEJOS SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES

1 Si va a estar en las redes sociales, tenga una presencia activa. Es fundamental para tener bien informado a sus públicos objetivos. Los intentos, así sean buenos, mueren por falta de atención del responsable a cargo.

2 Comprenda que las redes sociales son un espacio para el encuentro, para la conversación. De no actualizar con cierta regularidad en las redes sociales, sus consumidores le van a cobrar cara la ausencia.

3 Participar en las redes sociales puede generarle mucho tráfico de comentarios. Aprenda a conversar con las audiencias y siempre presente argumentos, no cace peleas con los comentaristas.

4 Sea sincero. Toda mentira e incluso las imprecisiones pueden ser cobradas en el futuro. Nadie que mienta en la red puede sostener una falacia por mucho tiempo. Está comprobado.

5 Sea informal, pero no indisciplinado. Esta presencia facilita mostrar un lenguaje de mayor proximidad. Sin embargo, tenga la disciplina para ser coherente entre lo que dice en un espacio y lo que afirma en otro.

6 Arme un equipo para mantener la presencia activa. Asesórese de personas que estén inmersas en esta dinámica y ojalá que trabajen en su empresa. No basta con saber manejar las herramientas o conocer del negocio.

7 Construya un ecosistema con las herramientas disponibles. Es importante saber que hay instrumentos para cada cosa: blogs, redes sociales, microblogging, videos y otros recursos, para lograr una presencia impactante.

8 Asegúrese de invitar a las personas que podría interesarles su presencia. En este punto fallan muchas campañas al valorar más la cantidad que la calidad y compromiso de los miembros.

9 Nunca deje de aprender ni se case con una sola posibilidad. Mire con ojo crítico su participación en ciertas herramientas y olvídense de apalancar toda su estrategia en una sola durante todo el tiempo.

10 Siéntese con su equipo a evaluar las necesidades, las brechas entre el hoy y mañana, los objetivos, las audiencias, los medios, los lenguajes y los momentos para comunicarse con sus públicos.

FUENTE: INTACTO