

Redes Sociales

Las redes sociales en el contexto de marketing han venido a revolucionar la forma de llegar a los clientes y prospectos abriendo un canal de comunicación variado, ya que podemos utilizar las diversas redes sociales con las que contamos hoy en día, y todo esto no hubiera sido posible sin el Internet.

Las redes sociales no solo han servido para el propósito para el cual fueron creadas, que es el mantenernos comunicados, sino que han evolucionado de tal forma que hoy en día son una de las herramientas que el marketing está utilizando para hacer llegar publicidad.

Las empresas y aquellos interesados en hacer llegar publicidad, si aún no lo hacen deben considerar trabajar con las redes sociales, ya que su crecimiento ha sido mayúsculo en los últimos años y son el canal de comunicación más efectivo entre la marca y el cliente.

El autor Javier Celaya (2011) autor del libro “La empresa en la Web 2.0: el impacto de las nuevas redes sociales en la estrategia empresarial” describe a la perfección la importancia de trabajar con este recurso.

A continuación un fragmento de su opinión.

Redes Sociales

«Las redes sociales están transformando la manera en que las personas acceden a la información sobre todo tipo de productos y servicios. El nuevo modelo de comunicación online obligará a las empresas a actualizar sus estrategias de marketing y comunicación. Los consumidores ya no quieren limitarse a recibir información sobre un determinado producto o servicio, sino que, además, el usuario quiere formar parte del proceso de promoción del mismo a través de las redes sociales».

Ahora que nos hemos puesto en el contexto de la importancia de usar las redes sociales es momento de considerar trabajar con ellas, pero antes, es importante conocer el funcionamiento de estas, así como la respuesta de la audiencia ante cada recurso que le presentamos.

Una vez definidos nos surge la duda de, cómo saber con cuáles redes sociales debemos trabajar y hacer parte de nuestra estrategia, es una cuestión que debemos pensar y analizar bien.

Pongámonos en un escenario que tal vez nos haya pasado, estamos en la búsqueda de información de un producto, entramos a su sitio, vemos que dice estar en varias redes sociales, en seguida seleccionamos una de la cual también forma parte,

Redes Sociales

entramos y lo primero que vemos es una publicación de un par de meses atrás, lo que indica que no tiene novedades, en seguida abandonamos la red social y volvemos al sitio, seleccionamos otra red social y nos encontramos con que no hay publicaciones, o muy pocas de tiempo atrás. ¿Qué nos dice esto de la marca, empresa, o producto?

Este escenario es muy común, muchas empresas/marcas no les dan el debido seguimiento a sus redes sociales y causan un efecto negativo en sus clientes y prospectos.

REFERENCIAS:

BolsaTV, (2016). B2C: ¿Qué es y que diferencia hay con B2B? Recuperado a partir de:
<https://www.youtube.com/watch?v=6GXMMxgJ1J0>