

¿Qué son las redes sociales?

Las redes sociales son estructuras sociales que permiten la comunicación entre grupos de personas relacionadas entre sí por un determinado vínculo como amistad, relación laboral, profesión, parentesco, etc. También son un medio de interacción entre chats, juegos en línea, foros, blogs...

La revolución de las redes sociales es una realidad que no podemos negar. Ha cambiado el modo de comunicarnos, el modo de obtener la información, el modo de crecer de los más jóvenes, porque éstas nos permiten, entre otras cosas:

- Facilitar el envío de mensajes a determinadas personas o grupos de personas.
- Recepción de mensajes de personas pertenecientes a los mismos grupos a los que pertenecemos.
- Compartir archivos, imágenes, etc. con los miembros de los grupos.
- Contactar con personas de las que no tenemos su dirección de correo, a través de búsquedas u observando las relaciones que tienen nuestros contactos con otras personas.
- Publicación de gustos e intereses.
- Uso compartido de aplicaciones y juegos online con intercambio de información con las personas deseadas, permitiendo por ejemplo la competición entre nuestros contactos.
- Campañas de marketing a grupos de personas con unas determinadas preferencias o perfil.
- Consultar todas las dudas que tienen sobre los productos en los que están interesados, leer opiniones y escribirlas, votar a sus productos favoritos, conocer gente con sus mismas aficiones, etc.

Las redes sociales en la empresa.

La empresa ha de crear la estrategia para actuar dentro de las redes sociales, con el fin de llegar al usuario sin ser molesta.

Hay que tener en cuenta que no todas las redes sociales son iguales. No es lo mismo el usuario de Facebook, que publicar en Twitter o LinkedIn. Cada red tiene su propio lenguaje y tenemos que ser conscientes de dónde queremos estar presentes y por qué.

La red social es un canal de comunicación. Como empresas, lanzamos publicaciones o mensajes; los usuarios nos van a contestar, van a interactuar con nosotros, mostrando si les gusta lo que hemos publicado, etc. Pero también redifundiendo los contenidos que les han gustado y compartiéndolos ellos mismos con sus propios seguidores. De esta manera, todos esos contenidos llegan al mayor número de usuarios posibles. A la vez, la empresa escucha al cliente, le responde, encauza su queja si ésta se produce, ya que si no lo hace así, podría obtener resultados inesperados, consiguiendo precisamente el efecto contrario, que se convertirá en altavoz de una queja del usuario que no se ha sentido bien tratado por nuestra parte. De ahí la importancia de la escucha activa en las redes sociales.

Por lo tanto, se puede utilizar las redes sociales como canal de Atención al Cliente, sobre todo para momentos concretos en que se pueden ver saturados otros canales habituales. En este caso, este medio tenemos que complementarlo con una herramienta denominada tiketing, para registrar toda la información que recogemos y poder dar al usuario una respuesta adecuada.

También se utilizan las redes sociales como herramienta de marketing. Es una forma perfecta de realizar promociones, de conseguir que sean los propios usuarios los que acaben por ayudarnos a promocionar los contenidos, pues no sólo llegamos a nuestros seguidores, sino que también a los seguidores de los usuarios que nos siguen a nosotros.

Un concepto importante es el de la consolidación de nuestra marca de empresa en las redes sociales, convertir nuestra empresa en un referente en su sector y que nuestra marca sea reconocida.