



Uso de los medios sociales para el crecimiento de la empresa



La tecnología, como los teléfonos móviles y las computadoras, permite a los dueños de las empresas conectarse con clientes actuales y clientes potenciales a través de los medios sociales. © Yuri Arcurs/Shutterstock

Los medios sociales ofrecen a las empresas una variedad de herramientas para informar a los clientes existentes y conectarse con clientes nuevos. Los dueños de las empresas pueden usar los medios sociales para cultivar la lealtad del cliente, aumentar el conocimiento sobre los productos y servicios y llegar a nuevos clientes y mercados; todo desde la comodidad de su hogar u oficina.

¿Qué son los medios sociales?

Los medios sociales, que van desde la participación activa en redes de relaciones comerciales y sitios web de microblog hasta plataformas para compartir fotos y vídeo, son herramientas

tecnológicas que permiten a las personas comunicarse y compartir fácilmente con sus amigos, familiares y comunidades a través de Internet.

Sin embargo, son diferentes de las formas tradicionales de comunicación en línea, tales como el correo electrónico y las páginas web estáticas. El sitio web de una empresa es como un libro: está escrito formalmente y se revisa raramente. La presencia en los medios sociales, por el contrario, es como una conversación: informal y en constante cambio. Los siguientes consejos le ayudarán a encauzar esas diferencias para aumentar sus ventas y su base de clientes.

Sea breve

En primer lugar, y a diferencia de la página web de su empresa, el contenido de sus medios sociales debe ser breve. En algunos sitios de microblog, por ejemplo, cada comentario o “publicación” no puede exceder 140 caracteres. Otras plataformas permiten publicaciones más extensas, pero aún así debe intentar ser conciso. No intente decir todo de una vez.

Por el contrario, programe sus publicaciones a lo largo del día o la semana y concéntrese en un mensaje clave por cada publicación. Es más probable que sus clientes lean y recuerden los mensajes cortos y concretos que los largos e intrincados.



Los dueños de las empresas pueden usar los medios sociales para cultivar la lealtad del cliente y aumentar el conocimiento sobre sus productos y servicios virtualmente, desde cualquier lugar. © iStockphoto/Thinkstock

Mantenga las publicaciones actualizadas

En los medios sociales, las publicaciones antiguas desaparecen rápidamente de la vista en un continuo flujo de contenido nuevo. Este aluvión de información puede abrumar a sus seguidores, que a diario ven cientos de actualizaciones de amigos, conocidos y otras empresas.

Destáquese publicando contenidos atractivos y oportunos. Use imágenes y vídeos siempre que sea posible y asegúrese de publicar con frecuencia. Si se mantiene presente en la mente de sus seguidores, mayores serán las posibilidades de que visiten su tienda, compren sus productos o utilicen sus servicios.

Coloque su sello personal

Los medios sociales le aportan a su empresa una voz personal. Adopte un tono informal y cordial para que los nuevos seguidores se sientan bienvenidos. Ofrezca promociones

exclusivas en línea para que los clientes existentes se sientan especiales, y así aumentar sus ventas.

Por ejemplo, publique la “palabra del día” y ofrezca un descuento o un artículo gratuito a los seguidores que visiten su negocio y usen esa palabra. Cuanto más accesible y enfocada en el cliente parezca su empresa, mayores serán las posibilidades de que conserve y amplíe su base de clientes.

Cree un sitio interactivo

Tal como lo haría en una conversación en persona, resista la tentación de hablar solo sobre usted. Piense en el tipo de impresión que desea causar. Conserve la atención de sus seguidores mediante la publicación de artículos, vínculos y otros contenidos que puedan resultarles interesantes.

Las conversaciones dependen de la comunicación recíproca. Fomente la interacción haciendo preguntas y creando concursos. Por ejemplo, si es dueño de un restaurante, intente

pedir a sus seguidores que nombren un nuevo plato del menú. Si vende equipamiento deportivo, publique los resultados más recientes de los equipos deportivos e invite a sus seguidores a publicar fotos y comentarios sobre los eventos deportivos locales. Si vende equipamiento de cocina, pida a sus seguidores que publiquen sus recetas favoritas.

Responda a los comentarios

Para incluir a los clientes en una conversación sobre su empresa y sus productos, debe escuchar lo que dicen. Pida opiniones. Responda a los mensajes y comentarios. No tema a la crítica; acéptela y adopte las medidas para resolverla.

Defina un propósito

Cada plataforma de medios sociales es diferente. Algunas, por ejemplo, usan hashtags (etiquetas electrónicas que permiten ordenar las publicaciones por tema) y otras no. Investigue. Conozca las reglas de cada plataforma antes de adoptar una y elija la adecuada para su caso.

Los dueños de las empresas pueden captar la atención de los clientes con publicaciones de contenido relevante e interesante. © iStockphoto/Thinkstock

