

En manos de la gente

12

Redes sociales

Comunicar para vender II

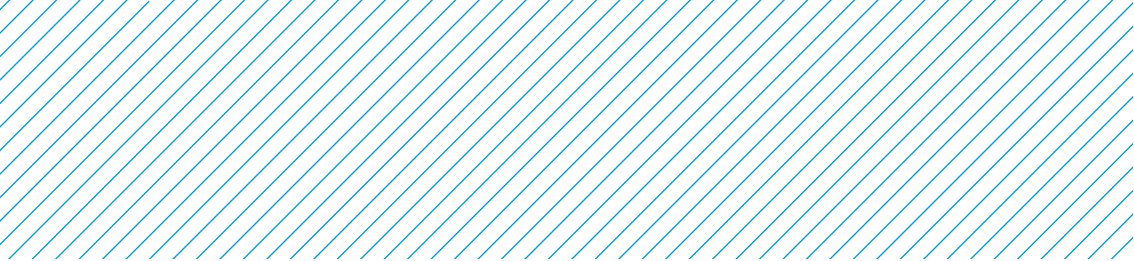
Apuntes para cooperativas, emprendedores y pymes



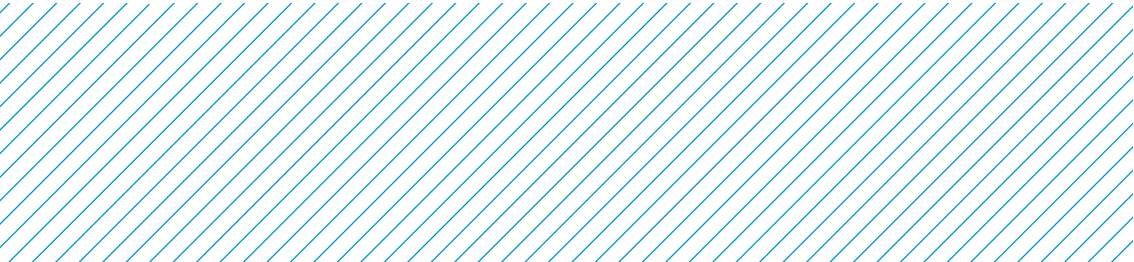
Redes sociales

*Las **redes sociales***

*son uno de los mejores
paradigmas de la Web
2.0 y la construcción de
opinión en el entorno
digital. En la antropología
inglesa, son estructuras
de interacción **social**,
caracterizada por el
intercambio dinámico
entre personas, grupos e
instituciones en contextos
de complejidad.*



El impacto de las redes sociales en las empresas



Exteriorizar, mostrar, exponer, exhibir o compartir el conocimiento es uno de los principales o, podría decirse, el mejor estímulo para la reproducción de conocimientos nuevos y para la mejora continua de la amplitud y calidad de los conocimientos ya adquiridos.

En las empresas este concepto no debería pasar desapercibida, y menos en pleno siglo XXI en donde el enfoque no se encuentra en los medios de producción de información, ni en la eficiencia de ella, sino el conocimiento compartido.

No sé, si deberíamos verlo como una buena y excelente noticia o simplemente como el desarrollo de la sociedad pero hoy en día disponemos de las herramientas apropiadas para obtener una comunicación sin barrera, para compartir información y para la colaboración de una construcción en la inteligencia colectiva.

Esto es preciso lo que las llamadas redes sociales tienen como objetivo. En la presente definiremos cuales es el impacto como herramienta en el funcionamiento de las organizaciones.



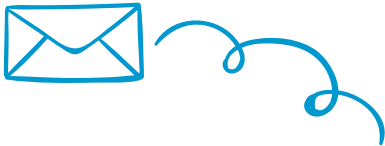
¿Qué aportan?

Analizando estas definiciones nos podemos preguntar, ¿Qué es exactamente lo que las redes sociales pueden aportar dentro de las empresas?

Comunicación interna

La transmisión de la información es uno de los pendientes para muchas pequeñas unidades productivas, en especial para esas organizaciones que han ido alcanzando cierto crecimiento, el problema es que la información no todas las veces tiene el impacto que se desea y no llega a las personas esperadas, en ocasiones es el propio organigrama que tienen ocasiona barreras, pues se dividen en los tradicionales.

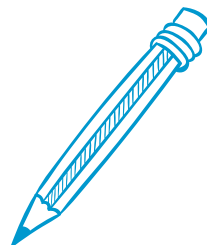
El uso de las redes sociales como una comunicación interna puede beneficiar a desbaratar barreras de comunicación, ya que estas redes conceden a cada colaborador la posibilidad de tener la información de primera instancia y la oportunidad de poder participar en la colaboración aportando su conocimiento. El reto no es luchar o inhibir ese tipo de colaboración entre nuestros trabajadores, sino cómo hacer que en sus twists, incluyan información valiosa para el proyecto productivo.



Comunicación para vender

El uso de las redes sociales como una herramienta de comunicación para vender tiene en cuenta una infinita variedad de connotaciones. La forma en que los usuarios influyen en las decisiones de compra de otros, a partir de sus comentarios, es el motivo más importante para hacer marketing de la empresa a través de las redes sociales. La influencia que tienen los contactos en las redes sociales permiten la relación con los clientes, y dichas relaciones en muchas de las ocasiones se convierten en ventas. Esto es la importancia de las redes sociales como una herramienta de aproximación a clientes potenciales directos o la apertura de un nuevo mercado.

***Facebook y twitter son las grandes
potencias en redes sociales.***



El perfil de los usuarios. Construir confianza.

El éxito de una estrategia de marketing en redes sociales para tu empresa no se logra solo con estar presente y relativamente activo en algunas plataformas, sino que mediante la creación de una comunidad online alrededor de tu Marca.

1. Escucha a tu público objetivo

Como lo harías en una conversación en el mundo offline, escuchar lo que dicen tus seguidores online es un factor importante para mejorar la comunicación a dos vías:

(Emisor ↔ Receptor/Empresa ↔ Público)

Descubre de lo que tu público objetivo está hablando, escuchando sus conversaciones. Luego, al momento de la creación de contenidos, sabrás lo que será de más interés para los usuarios de aquellas redes sociales que desees atraer.

2. Crea una estrategia de contenidos

Ya sabes en líneas generales lo que a tu comunidad le gusta y quiere escuchar, entonces ahora, gracias a ello, crea una estrategia de contenidos que tu público desee leer y compartir.

No caigas en la autopromoción constante. Una vez más, como en una conversación de la vida offline, nunca es bueno que una persona se pase todo el tiempo diciéndoles a otros lo genial que es.

Desarrolla varios contenidos que se relacionen con tu negocio y a continuación, agrega una actualización promocional. Un buen promedio podría ser: 3 por 1 (siendo el "1" nuestra publicación auto promocional).

3. Busca y participa en las conversaciones

Ya estás produciendo contenidos de calidad y tu comunidad en redes sociales los está disfrutando y compartiendo, entonces, ahora es el momento de buscar la interacción y participar en las conversaciones.

Tus seguidores van a interactuar con tu contenido por medio de retweet, Me gusta, +1, compartir, comentar, etc. Responde y/o agradece estas acciones para fomentar las conversaciones con tus seguidores y mejora su participación haciéndoles preguntas (llamando a la acción).

El compromiso e interacción con tu comunidad puede proporcionarte información valiosa para tu negocio, así como la confianza tus seguidores. Esa confianza hará que tu comunidad se fortalezca y, además, sea mucho más perceptiva al publicar una oferta o promoción.

4. Monitorea tu actividad

Haz formado una comunidad en redes sociales alrededor de tu marca. Pero, tu trabajo no termina aquí (está prohibido dormirse en los laureles).

Debes monitorizar y analizar periódicamente tu actividad y la de tu comunidad, para ver lo que está funcionando y lo que no. De esa manera podrás ir haciendo mejoras continuas.

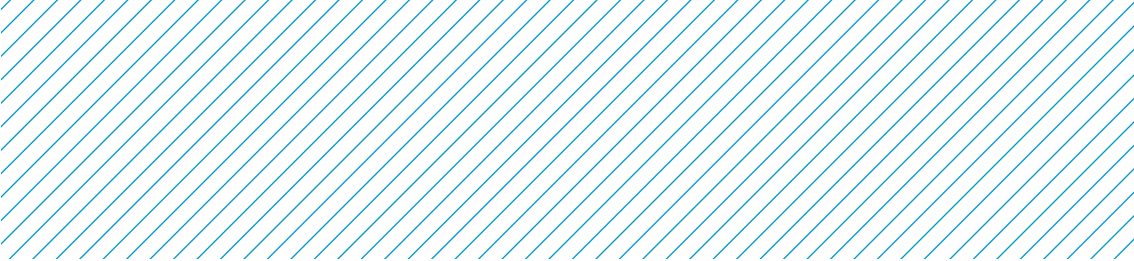
5. Plan de gestión de comunidad en redes sociales

Escuchar a tu público, compartir contenido de calidad y participar activamente en sus conversaciones hará crecer una comunidad en torno de tu empresa o marca. Pero no debes detenerte allí. Es importante también, tener un plan de gestión de comunidades en redes sociales, para continuar progresando.



**Somos el
producto.
Creatividad.
Piezas que
nos cuentan
quienes
somos.**





Ser creativo consiste en ver las cosas de manera diferente.

Creatividad consiste en provocar el nacimiento de una idea nueva. Es el medio.

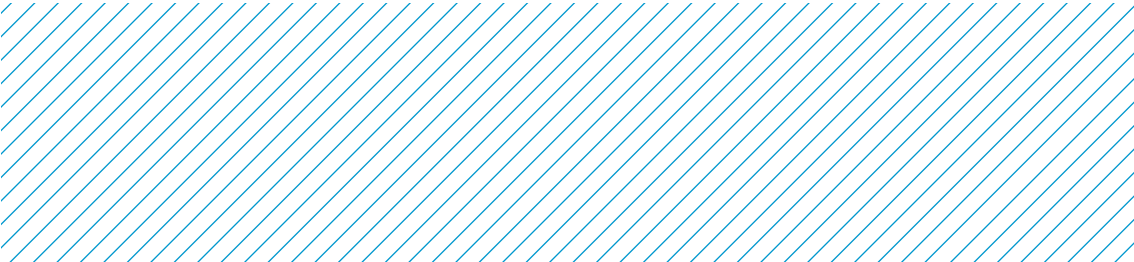
Innovación es la aplicación práctica de una idea con el propósito de alcanzar objetivos.
Es el fin.

La creatividad es un conjunto de técnicas que tienden a reproducir de manera artificial y voluntaria el proceso normalmente aleatorio del descubrimiento.

¿Porque es importante desarrollar la creatividad y la innovación si queremos ser emprendedores?

La creatividad puede aplicarse a cualquier ámbito de la vida. Una de las principales armas a la hora de enfrentar los desafíos de desarrollar una empresa son nuestras IDEAS que pueden diferenciarnos del resto.

Una manera de ejercitar la creatividad es corrernos del lugar común, establecer nuevas maneras de comunicarnos y de posicionarnos ante un hecho. Podemos ser la persona que queramos ser, lo importante es poder percibirla. Afianzarnos en asumir como propias las necesidades del rol que pretendemos ocupar. Actuar como un otro para conocerlo y para poder imaginar otras maneras de ver el mundo.



**Lo importante
sigue siendo el
muerto.**



Hace muchos años, ante la muerte de un tío con el que crecimos, un viejo al que rara vez podíamos ver, recibíamos un telegrama breve, directo, preciso e impersonal. "Murió el tío, viaja urgente" y alrededor de la congoja, el dolor, alguna melancolía y catorce anécdotas, se tomaba la decisión de emprender el viaje para la última despedida. "Murió el tío, viaja urgente" llegaba en un pequeñísimo papel color madera de la mano de un cartero acalorado que corría tras la urgencia del telegrama.

Hace menos años, la noticia llegaba por teléfono a la casa de un vecino, que había podido adelantarse al tiempo trayendo el futuro al barrio. El llamado preveía la larga distancia y el horario. Después de las 20hs. Siempre. "Hola! Como estas? Che, sabes Murió el tío, la tía esta hecha un puñado de ausencia, te podrás venir a darle un abrazo" y alrededor de la congoja, el dolor, alguna melancolía y catorce anécdotas, se tomaba la decisión de emprender el viaje para la última despedida.

Más acá en el tiempo, la llamada nos encontraba en la calle, entrando al cine, comprando con descuento en un supermercado, corriendo tras una coneja que corre tras una zanahoria. "Che, podés hablar?, una cagada loco! Se murió el tío. ¿Venís?" y alrededor de la congoja, el dolor, alguna melancolía y catorce anécdotas, se tomaba la decisión de emprender el viaje para la última despedida.

Mucho más acá, antes de ayer, llegó la foto de la cama del tío. Yace moribundo acompañado por la tía que apenas se sostiene en pie con una incredulidad insoportable ante el futuro. "Añoche murió el tío", recibimos por whatsapps. Y una larga conversación la sigue alrededor de la congoja, el dolor, alguna melancolía y catorce anécdotas en clave de mensaje de texto, mientras se tomaba la decisión de emprender el viaje para la última despedida.

Van a venir por nosotros más y más herramientas de comunicación, pero es importante, mucho más importante que urgente no olvidar que lo que no cambia, lo que no muta, lo que no evoluciona, lo que sigue siendo vital, es el mensaje que llega con la muerte del tío muerto.

En manos de la gente

"LA PARTE POSITIVA DE ESTO ES QUE SI LA CRISIS DURA BASTANTE PARA SER AGÓNICA, SALDRÁ UN HOMBRE NUEVO, PERO HARÁ FALTA UNA GENERACIÓN NUEVA, CON NIÑOS EDUCADOS DE OTRA FORMA, EN LA AUSTERIDAD... Y ESE HOMBRE NUEVO SERÁ MEJOR, SIN DUDA, PORQUE TENDRÁ LA CERTEZA DE QUE EL DESASTRE ESTÁ AHÍ Y HABRÁ RECORDADO QUE EL MUNDO ES UN LUGAR PELIGROSO".

De esta gran crisis vamos a salir mejores. Hijos de una generación apesadumbrada y culposa que encontró en la lucha de muchos pibas y pibes un camino para entender la libertad, el amor y tantas otras cosas en los hijos de los hijos de los que quisieron ser y no llegaron, no pudieron no caer en la resignación de una lucha perdida. De los tiempos actuales de los que somos contemporáneos, nos quedó, además, el legado de la crisis, cientos de fabricas abandonadas por sus dueños (los dueños de las cosas), millones de padres desocupados en la tierra en donde los padres de los padres habían elegido en donde trabajar, miles de emprendedores que no encontraban mercado a donde ofertar sus productos y su mano de obra, millones de millones de productos importados entrando en barcos de a cientos maravillados con la utopía del uno a uno. Para reescribir eso, están las manos de la gente.

De aquella gran crisis en donde algunos pocos trabajadores tomaron la posta y se hicieron cargo, es que fuimos paridos, aceptados, recibidos. Ya el mundo nos parecía un lugar injusto mucho antes pero somos los educados para aumentar nuestra capacidad de adaptación, somos la generación educada en la idea de que solo cambiarían el mundo los que lo dominaran. Nos han enseñado por miles de horas que la historia es una sola o dos, no mas y nos han querido sacar la sed con esos bichitos baratos que llegaban al puerto de Buenos Aires inundando nuestras universidades de pensamientos mercadoliberales. Para contrarrestar eso estan las manos de la gente.

Hasta que la gran crisis cayó como un gigante cansado. Y todo estalló y hubo quienes empezaron a recuperar y tomar empresas y fabricas para defender con uñas, con dientes, con palos y con dignidad la fuente de trabajo. Otros, muchos otros, sortearon la miseria inventándose historias que le permitieran subsistir, y pequeños empresarios, fueron año tras años, levantando y repintando las paredes gastadas de una industria que parecía morirse de vieja.

Para encontrar las palabras que respeten ese legado que esta En Manos de la Gente. De esas herramientas que todavía falta tanto inventar es que concebimos una economía en manos de la gente, porque es la economía, estúpido, todavía. Pero no siempre será así.