

Redes sociales: reflexiones finales

Esta es la última entrada de la serie de entradas que he ido publicando acerca de las redes sociales en el mundo corporativo. En el primero de los posts comenzamos viendo las raíces de este tipo de herramienta y la relevancia que esta tiene en nuestro día a día. De la misma manera pudimos detallar algunas de las muchas maneras mediante las cuales las empresas podían obtener beneficios usándolas.

Desafortunadamente no todo lo que las redes sociales acarrear son ventajas pues su uso expone a la compañía a sufrir una serie de riesgos que, de no tenerlos en cuenta en el momento en el que se decide adentrarse en el mundo digital, pudieran suponer una pérdida sustancial no solo de la imagen de marca de la empresa, sino que también puede afectar al valor de la compañía en el mercado.

Por fortuna, existen ciertos controles y procedimientos, que, de ser implementados debidamente y supervisados continuamente, favorecen la mitigación de los riesgos, o en el peor de los casos agilizan la gestión del impacto.

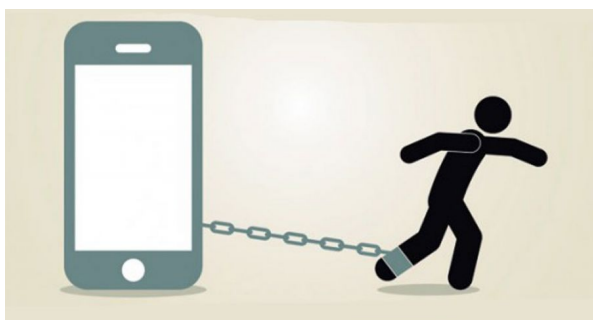
Todo lo mencionado lo hemos podido leer en las 4 anteriores entradas tituladas: *'Las redes sociales: nacimiento e influencia'*, *'Redes sociales: cara y cruz'*, *'El lado oscuro de las redes sociales'* y *'La aduana de las redes sociales'*. La búsqueda de información para redactar los anteriores textos ha supuesto un trabajo interesante y muy educativo, por ello, en este último post me gustaría contaros algunas de las reflexiones que he tenido acerca de lo aprendido sobre las redes sociales y su uso, cada vez más frecuente, en las empresas.

Al infinito y más allá

Las redes sociales, como ya leímos en la primera entrada, son un fenómeno muy reciente: apenas hace 10 años muchos de nosotros no teníamos una cuenta de Facebook y redes como WhatsApp o Instagram, las cuales en la actualidad usamos diariamente, ni si quiera eran un concepto en estado de gestación.

La velocidad a la que se crean y mejoran las diferentes plataformas es increíble, pero lo más sorprendente, en mi opinión, es la rapidez con la que la sociedad incorpora estas herramientas en su rutina, sin darse cuenta de que de esta manera cada vez estamos creando una sociedad más dependiente de estas tecnologías.

Ventajas peligrosas de la dependencia digital



Disponer de un perfil en algunas de las redes sociales más conocidas se ha convertido un requisito prácticamente indispensable en la sociedad digital. No poseer una cuenta en alguna red social mediante la cual puedas recibir y enviar mensajes o obtener información y compartir tu información supone estar excluido de un mundo que cada vez avanza más veloz hacia un límite que actualmente parece difícil de imaginar.

Las compañías son conscientes del potencial que tiene estar en las plataformas y por ello desean introducirse cuanto antes en ese mundo.

Píldora roja o píldora azul

Uno de los factores más importantes a tener en cuenta es la plataforma en la cual se desea crear una cuenta.



Hay que saber diferenciar las redes sociales para escoger la más adecuada.

No es lo mismo crear una cuenta de Twitter a comenzar tus andaduras en Instagram.

Las empresas deben conocer como el uso de las diferentes plataformas puede mejorar su marca o visibilidad y cuales redes pueden suponer una pérdida de tiempo.

Por ejemplo, una empresa de moda puede sacarle un mayor provecho a la red social Tumblr que una compañía de seguros, pues la primera podría usar el formato que tiene la plataforma para compartir información y promover la compra de sus artículos, mientras que el segundo estaría perdiendo el tiempo publicando contenido ya que el público al que desea dirigirse no se encuentra en esa plataforma y la manera en la que los usuarios de Tumblr comparten información -a través de imágenes- no es una manera muy buena para aumentar la venta de seguros.

El rey del patio

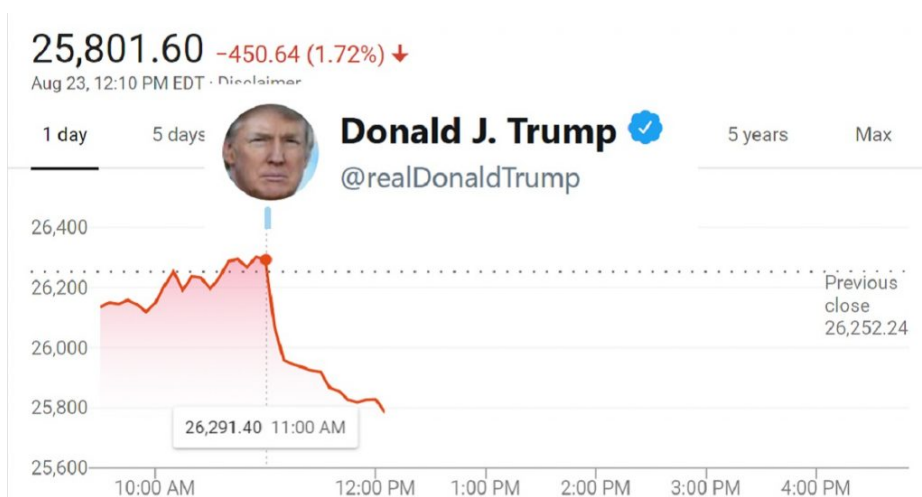
La introducción de la segunda entrada hablaba sobre uno de los mejores ejemplos, a mi parecer, de cómo usar una red social para aumentar el valor de un producto: el twitter de Trump.

Donald Trump es mucho más que el cuadragésimo quinto presidente de los Estados Unidos. Trump es una marca comercial. Antes de decidirse por entrar en la carrera hacia la casa blanca, el multimillonario americano tenía una gran

cantidad de seguidores en Twitter lo cual le daba el poder de transmitir el mensaje que deseaba. Fue así como, gracias a sus publicaciones fue ganando cada vez más fama hasta que consiguió consolidar una base de seguidores que comenzaban a creer todo lo que este escribía en su perfil. Esta base de seguidores es sin duda uno de los factores por los que optó por postularse como candidato a la presidencia.

Opino que es un claro ejemplo de cómo una marca, en este caso la marca Trump, puede afianzar su poder y mejorar su visibilidad a través de una plataforma tal popular como Twitter. Es destacable la facilidad con la que Trump conecta con sus seguidores. Es una conexión que muchas empresas quisieran tener con sus compradores. Cabe destacar que el personaje que Trump se ha construido en las redes sociales le permite meter la pata en innumerables ocasiones sin apenas tener consecuencias en lo que a la cantidad de seguidores que tiene, pero si echamos un ojo al mercado podemos ver como las publicaciones pueden tener un efecto positivo o negativo.

Este es un claro ejemplo de cómo las redes sociales, en caso de no ser gestionadas debidamente, pueden afectar al valor de la marca en el mercado. Ciertamente una publicación incorrecta no supone el mismo riesgo que un tweet infortunio de Trump, puesto que el primero puede generar que el valor de la marca disminuya mientras que el segundo puede generar un derrumbe de la bolsa americana.



Ejemplo de cómo un tweet infortunio del presidente de los Estados Unidos provocó el derrumbe temporal de la bolsa americana.

Aquellas empresas que se introduzcan en las redes sociales deben tener muy en cuenta que todo el contenido que publiquen o compartan será supervisado por millones de usuarios. Aún teniendo políticas de uso y normas, una publicación, por muy correcta que sea en base a esos estándares redactados, puede tener una recepción negativa y generar un movimiento social-digital que pueda tumbar un negocio o dañarlo gravemente. Es por esto que me gustaría recalcar que tener un plan de contingencia ante estos posibles escenarios es de vital importancia y no se tendría que únicamente definir unas políticas de uso.

Riesgos invisibles

Uno de los riesgos que más me sorprendió encontrar fue el riesgo personal al que se exponen los individuos que crean contenido en las empresas. En cantidad de ocasiones vemos en las noticias cómo una compañía es hostigada por una publicación desafortunada o malinterpretada y nos unimos a la crítica sin pensar demasiado en que detrás de ese tweet o publicación se encuentra una persona cuya intención probablemente no era generar tal revuelo.

La presión que un empleado puede sentir al estar expuesto de esta manera es tremenda y es algo que no había considerado previamente. Ciertamente es que generalmente las empresas que operan en las redes sociales no son empresas pequeñas en las que una persona se encarga de publicar contenido, aún así creo que deberíamos tener un umbral de aceptación de errores más amplio del que tenemos actualmente. Mencionaría junto a esto la importancia de poseer una clara definición de responsabilidades de cada departamento para que estos riesgos no impacten tanto a los empleados y la importancia de educar a los empleados en las plataformas que van a usar. En ocasiones los individuos que interactúan con las plataformas pueden no

ser usuarios de ellas y por ello instruirles debidamente ayuda a mitigar ciertos riesgos.

Punto final

Este es, como he mencionado al comienzo, la última entrada de este hilo. Es por eso que me gustaría concluir con un par de ideas. Las redes sociales son un terreno muy amplio que capacitan tanto a los usuarios privados como a las empresas a poder disfrutar de ciertas ventajas que facilitan la interacción con personas con las que, sin disponer de esta herramienta, no hubiésemos podido comunicarnos. La tendencia que estas plataformas siguen de implementar cada vez mas funcionalidades a su catálogo de servicios no parece que se este frenando, es más, cada vez son mas las prestaciones que las redes sociales ofrecen.

Es un gran momento para que cualquier compañía que se encuentre dudando en entrar en el mundo digital o esperar dé el paso de comenzar este viaje. Eso sí, es de gran importancia tener en cuenta los riesgos que esto conlleva y la relevancia de crear una serie de normas que gobierne el uso de las redes. Una vez contemplado lo mencionado y siguiendo un control de lo implementado, no se debe tener miedo a subirse en el cohete y disfrutar de las redes sociales.

