¿Convienen las redes sociales?

Por Eric Barajas (Snok Daffy)

¿Sirve incorporar las redes sociales como una estrategia publicitaria en México?

Se puede pensar el tema de las redes sociales como trillado o muy gastado, sobre todo cuando han surgido gurús del tema, *community mannagers*, diplomados, etc. ¿Pero en realidad sirven para nuestro mercado las redes sociales como plataforma publicitaria?

A mi correo llegan muchas ofertas para manejar las redes sociales de la empresa en la que trabajo. En estos *brochures* me indican las tendencias y el número de usuarios que cada día va creciendo; todo parece perfecto e indicaría que las redes sociales son una gran plataforma para publicitarme. Pero si analizamos bien el entorno, las redes sociales en México no sirven al 100% para ese objetivo. Todo el contenido que tiene éxito en Facebook son mensajes virales de burla, cómicos y sobre todo que fomentan la mala ortografía.

No niego que sea muy importante tener presencia en las redes sociales. Cualquier empresa o negocio debería tener una *fan page*. He buscado empresas por medio de Facebook y me encuentro que muchas veces el manejo de estas páginas es erróneo, o se lo dejan a personas que creen poder dar un mensaje correcto, pero que no lo es. Las Agencias de Publicidad cobran por manejar tus cuentas arriba de $ 50.000 (U$S 5.000) al mes, lo cuál es un absurdo, sobre todo en México donde los usuarios no le hacen caso a las promociones o a la publicidad. Facebook es para estar «chismeando», «stalkear» o jugar a lo que esta de moda; se ha vuelto un sustituto del MSN, que ya se ha fusionado con Skype.

Me refiero principalmente a Facebook, no por la cantidad de usuarios, sino porque es una plataforma que, en comparación con Twitter, permite crear gráficos y compartir fotos más fácilmente. Las estadísticas indican que la mayoría de los usuarios son jóvenes de 18 a 24, que están apenas madurando y sobre todo que no tienen el poder adquisitivo tan desarrollado. Con esto me refiero a que no se puede invertir tanto dinero en el manejo de las redes sociales, sobre todo porque nuestros mensajes rebotarán y no tendrán el fin que buscamos. Entonces se debe de pensar en un manejo inteligente, plantearse las metas que deseamos obtener y sobre todo hacer un cuestionario con respuestas en base a la observaciones y los datos estadísticos arrojados por las mismas redes sociales.

Son preguntas que propongo se hagan a una empresa que desea incursionar, o que quiera manejar de una manera más adecuada sus redes sociales. A continuación algunas de las respuestas que yo le daría a ese cuestionario.

¿Por qué debo tener presencia en las Redes Sociales?

Cómo empresa, negocio, profesional, debes tener presencia. Es una manera muy fácil de que te ubiquen y busquen tus clientes, tal vez nuevos clientes; pero sobre todo es un canal de comunicación en tiempo real con los que en verdad están atados a tu marca y son los que te exigen.

¿Puedo aumentar mis ventas teniendo presencia en las Redes Sociales?

En México, lo veo muy difícil, no esperemos aumentar nuestras ventas con una campaña en las redes sociales, pero lo que sí podemos conseguir es presencia de marca y una difusión más amplia de lo que somos como negocio. De aquí el punto ¿cuanto deseo invertir en las redes sociales?

¿Puedo manejar yo como dueño de mi empresa las cuentas de Redes Sociales?

Por supuesto que sí, sólo si cumples con los requisitos de saber que es lo que hace tu empresa, tener una buena ortografía, ser de amplío criterio (muchas veces en las redes sociales se pueden quejar amargamente de tu servicio o producto) y tener el tiempo suficiente.

Es preferible que una persona se dedique al manejo de las redes sociales. Está persona debe conocer los valores de la marca, ser cordial y tener un amplío vocabulario y las herramientas suficientes para sus publicaciones.

¿Vale la pena invertir en un *Community Mannager* externo a mi empresa?

En el caso de México y sobre todo en el Estado de Jalisco, mi respuesta es que no. Lo mejor es identificar alguien de mi compañía que tenga el interés y darle esa responsabilidad, invertir en un diplomado o seminario de manejo de redes sociales y darles los elementos necesarios. Programas, Laptop, Diseños, *Speech*, etc; así la inversión será mejor remunerada y tendrás la certeza de que tu red social va hablar el mismo idioma que habla tu empresa.

En un futuro creo que será necesario el utilizar exclusivamente a una persona, pero por el momento no, hasta que lleguemos al nivel de Estados Unidos donde el mercado es 100% consumista, en que los *SmartPhones* sirven al 100% por el internet de alta velocidad que manejan, por todas las actualizaciones desbloqueadas será factible el invertir en un *Community Mannager*.

¿Qué es lo que quiero estando en Redes Sociales?

Esta es una pregunta que debe contestar la empresa, con eso se puede dar cuenta si le conviene o no esta plataforma. Si quiere vender más, si quiere dar a conocer sus productos, o si quiere invitar a sus clientes cautivos a unirse a sus redes sociales para así facilitar el canal

de comunicación, etc.

Con estas preguntas podemos aconsejar a nuestros clientes, conocidos, o a nosotros mismos sobre el uso de las redes sociales y la inversión en un elemento externo que lo maneje.

Muchos de los empresarios pueden ser escépticos en el uso de las redes sociales pero existen muchos argumentos a favor. Aunque si somos sinceros, el contenido que se encuentra en las redes sociales en México es BASURA, las agencias o *freelancers* que ofrecen servicios de *Community Mannager* tiene tarifas absurdas, la mayoría de los usuarios en Facebook no buscan productos, el Twitter es muy limitado y estás limitado, y las otras redes sociales no tienen todavía el peso suficiente como para voltearlos a ver.

En conclusión, el uso de las redes sociales en México debe ser la oportunidad para que las marcas se den a conocer y construyan un canal de comunicación. No es una gran plataforma de publicidad ya que no podrá aumentar sus ventas. No vale la pena invertir tanto dinero en una agencia para el uso de redes sociales ya que el resultado no se va poder percibir en dinero.

Lo mejor es invertir en una campaña directamente en Facebook, que te podrá salir alrededor de $ 1.000 (U$S 100), tu controlas de que día a que día. Contratar a un diseñador para que haga todos los gráficos necesarios y darle las herramientas suficientes a la persona que haz capacitado. Eso te ahorrará miles de pesos al mes y podrás controlar mejor tus mensajes.

Llegará quizás el día en que las redes sociales tengan un impacto mucho mayor en nuestra comunidad, y no existan otros medios para dar a conocer nuestros productos... pero hoy no es ese día.

Publicado el 20/11/2013

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/convienen-las-redes-sociales