

¿Tu presencia digital es relevante?

Por Marcio Duarte

Actualmente las empresas buscan estar presentes en las redes sociales. ¿Qué tal relevante es para ellas esa presencia digital?

Hoy en día, la gran mayoría de los profesionales de comunicación y diseño ofrecen servicios de gestión y/o administración de redes sociales a sus clientes. Hasta allí, si se informa al cliente que lo que se le ofrece en realidad es la producción de imágenes digitales, no hay problema. Pero lo más probable, es que se le ofrezca una estrategia digital.

Veo empresas que se denominan «agencias digitales», que ofrecen material gráfico como soporte para sus campañas, o agencias tradicionales haciendo *posts* para las redes, simplemente para mantener la cuenta del cliente en la casa. Tal vez, la gran pregunta sea: «¿Cuál es la verdadera necesidad de esto?»

Las empresas invierten para lograr un retorno; un retorno financiero para ser más específicos. El hecho de estar, diariamente en las redes sociales no significa que estoy vendiendo diariamente. Al contrario, muchas veces la preocupación de colocar todo en el canal digital vuelve esa idea fundamental de vender secundaria. Pregunta: ¿cuántas ventas hace tu empresa (ventas en el universo digital) gracias a las redes sociales?¹

Claro que existen empresas especialistas en este segmento y realmente producen campañas fantásticas y hacen que la presencia digital de sus clientes sea rentable, pero la mayoría solo está preocupada en tener contenido para contarle a sus amigos, y no para conectar con sus clientes.

Construir un plan de publicaciones para tu red preferida no significa que el público de tu cliente esté allí y tampoco que eso producirá retorno. Las ventas de muchas empresas suceden más en el ambiente real; o sea, necesitamos a los clientes dentro de las tiendas, en las salas de espera de los consultorios, en los mercados. Y, a menos que se tome un direccionamiento para iniciar la generación de la renta digital, atendiendo y vendiendo de forma virtual, siempre vamos a necesitar más que simples «likes» en la imagen del producto. Por eso, «¡Es necesario planificar!» (Adoro esa frase).

Estamos en un momento de transición económica y actuar como en décadas pasadas, donde lo digital era visto como algo distante y hasta incierto, ya no puede ser la jugada de las empresas. Estar conectado con tu consumidor es relevante, pero también se necesita ser lucrativo. Muchas veces veo clientes y amigos reclamando que las inversiones en el canal digital solo generan dolores de cabeza!, y cuestionando. Percibo que es por falta de planificación de las acciones. Crear para el ambiente *online* es tanto o más complejo que para el canal *offline*, considerando la cantidad de variables que deben ser pensadas.

Por eso comparto esta breve reflexión, con la cual espero crear un punto de interrogación colectivo: ¿realmente la inversión digital se vuelve lucrativa? Una pregunta direccionada a las empresas que invierten y, también, a las agencias que producen contenido para esas empresas.²

Publicado el 22/05/2018

-
1. Hay que tener en cuenta el objetivo que las empresas tienen al entrar a las redes sociales.
 2. Vale recordar que son reflexiones preliminares, casi Vale lembrar que são reflexões preliminares, quase divagaciones, sobre el ambiente virtual de las pequeñas empresas.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/tu-presencia-digital-es-relevante>

