

Las redes sociales ayudan a mejorar los negocios

SIRVEN PARA **CAPTAR CLIENTES O 'CONTROLAR' A LOS EMPLEADOS**, ENTRE OTROS

Lidia Vidal - redacciongal@empresayfinanzas.com

Mucho se habla y se ha hablado de los beneficios y peligros de las redes sociales; y no es para menos, teniendo en cuenta el calado social que tienen y su aceptación a todos los niveles. Por esta razón, las empresas empiezan a acceder a estos sitios web para conocer el perfil de sus clientes y proveedores, acercarse a clientes potenciales y 'controlar' qué difunden en ellos los trabajadores sobre la compañía.

Las redes sociales se están convirtiendo en una de las principales fuentes de información para muchas empresas. De hecho, el 55% de ellas dedica cada vez más tiempo y recursos para recoger y analizar las respuestas de los consumidores a través de las herramientas web, y gracias a ellas, recoger el feedback fiable de sus clientes. Estas son las conclusiones de una encuesta de la proveedora líder mundial en soluciones y software de análisis predictivo, SPSS, realizada tras su congreso European Direction, celebrado en Praga.

Este porcentaje es interesante si tenemos en cuenta que el 80% de de los encuestados considera que el feedback de los usuarios de herramientas como el Facebook o el Twitter está cobrando cada vez más importancia para el mundo de los negocios, ya que ayuda a mejorarlos. Son fuentes de información para las compañías y, poco a poco, van sustituyendo a los canales tradicionales.

Ventajas de su utilización

Las redes sociales proporcionan muchísimas ventajas a las empresas que las utilizan. Hay que tener en cuenta que en ellas se comparte información, se interactúa mediante mensajes públicos o privados, se propicia a nuevas formas de colaboración -compartiendo videos, imágenes y opiniones- y son precisamente las redes sociales las páginas web donde los usuarios consumen la mayor parte del tiempo que emplean para navegar por internet.

Así, según el mismo estudio del proveedor SPSS, los encuestados destacan el feedback que las redes socia-

Redes Sociales

Ventajas

- Ayudan a generar nuevas ideas en el negocio
- Mejora la percepción de calidad de la firma por parte del cliente
- Es un filón publicitario
- Ayudan a captar clientes
- Permite conocer a los empleados

Inconvenientes

- Puede existir una fuga de datos a través de ellas
- Pueden perjudicar la imagen de la empresa con los comentarios
- Sólo la utiliza el 35% de los adultos, frente al 83% de los jóvenes



El 55% de las firmas utilizan cada vez más tiempo y recursos para analizar a los consumidores a través de estas redes

El 23% de los empresarios cree que mejoran la percepción de calidad de la firma por parte de sus clientes

Pese a la crisis, el 94% de las compañías mantendrá su inversión en esta herramienta por las ventajas que le ofrece

les generan, además, según otro estudio -este de Deloitte- estas plataformas ayudan a generar nuevas ideas en el negocio para el 29% de los encuestados y para el 23%, colaboran en la mejora de la percepción de calidad de la firma por parte del cliente.

Por si fuera poco, las herramientas web son un filón publicitario, ya que a través de ellas se puede llegar a millones de usuarios -entre los que están posibles clientes- en cuestión de minutos (o segundos). Además, también permite conocer a los empleados, para tener la posibilidad de ofrecerles incentivos que ayuden a que mejoren en su trabajo y de esta forma poder aumentar la productividad y la rentabilidad empresarial.

Inconvenientes a cuidar

El 63% de las empresas están preocupadas por lo que sus empleados cuentan en la red. Esto se explica porque a través de las redes sociales puede existir una fuga de datos que provoque daños irreparables en la empresa, como su imagen, que puede verse perjudicada por un mal comentario de algún trabajador.

Por otra parte, podría considerarse como un inconveniente el hecho de que, según un reciente informe de PEW Internet, sólo la utilizan estas

herramientas el 35% de los adultos, frente al 83% de los jóvenes.

Aún así, las firmas ven en las webs sociales importantes plataformas para mejorar empresarialmente. De ahí que, tal y como indica Deloitte, el 94% de las firmas de todo el mundo espera mantener la inversión en estas herramientas, pese a la crisis.

Trabajadores controlados

De todas formas, hay que tener cuidado, ya que son muchos los que ven en internet un instrumento útil para controlar a sus trabajadores. Ya no sólo qué páginas web visitan, sino también cuáles son sus gustos, aficiones, su círculo de amistades y, en definitiva, sus hábitos de consumo. Para las compañías, tener a los empleados bajo control es fundamental. Así lo confirma Grupo Paradell Consultores afirmando que cada vez más pymes contratan a peritos informáticos para controlar las webs que consultan sus trabajadores, especialmente a raíz de la crisis.

No obstante, esto es un arma de doble filo, ya que en España no es legal espiar a los empleados; como sucede en otros países con 'Ley Nokia', que autoriza a empresas y organismos públicos a rastrear sus correos electrónicos y ordenadores.

Opinión

Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña, CEO Ocio Networks



La web social, una herramienta a vigilar

♦ El fenómeno del Social Media ha llegado como un vendaval y lo ha hecho para quedarse, y el mundo empresarial no es una excepción; poco a poco las empresas tienden a prestar una mayor atención al uso de blogs y redes sociales, un fenómeno que anteriormente despreciaban.

La web social ha dado el poder al usuario y muchas veces, eso puede generar algún quebradero de cabeza en nuestra propia compañía; empleados infieles, filtración e intoxicación de información, bulos que entorno a nuestros productos y/o servicios recorren la red y pueden, si no son rápidos de atajar, resultar un enorme problema al que nos tendremos que enfrentar...

Internet se ha convertido en pocos años en el medio de medios. La anarquía y la libertad del sistema, el halo de anonimato que se disfruta y la rapidez con la que fluye la información, que circula de usuario en usuario en segundos, hace que haya que estar especialmente atentos a lo que sucede en torno a nuestra marca.

Comercialmente o simple y llanamente a nivel de imagen, los daños pueden ser graves si no se ataja el problema, si se minimiza, o se desprecia.

A este respecto podemos destacar en España el caso de Ikea. Durante varios años, un post en uno de los blogs de referencia en España dentro del ámbito de la web 2.0, Microsiervos, era el primer resultado en Google al buscar "Ikea", por encima del web de la firma. Ese post hacía una cruel crítica a la compañía en base a la experiencia de un único usuario bajo el título "Ikea, como mientan a los clientes". Aun hoy si se busca en Google sale entre los primeros resultados del buscador. Durante los últimos 2 años esta incómoda situación ha sido un quebradero de cabeza para la firma sueca y los comentarios negativos de otros usuarios participando de ese artículo se han ido sucediendo sin parar, retroalimentándose unos a otros. Hace pocas fechas la compañía logró por fin cuanto menos posicionar su propio web por encima del contenido perjudicial. Una solución parcial, una batalla ganada. Pero un único usuario, hábil en el uso de las herramientas 2.0, había puesto en jaque la estrategia de comunicación de Ikea durante más de un año. Esa erosión aún hoy continúa.

En España hay casi 25 millones de internautas; una percepción negativa en la red, no hay duda, nos afecta y es un golpe directo a nuestra línea de flotación. La información positiva es un pequeño goteo, pero la información negativa, incluso siendo errónea, es viral por naturaleza.

Por ello, en los últimos meses empiezan a florecer en nuestro país empresas dedicadas a escuchar y gestionar el buzz, los rumores y ecos de internet en foros, redes sociales, blogs, y twitter. Se trata de captar tendencias, no sólo negativas sino también positivas (¿Qué mejor focus group que éste?), de encontrar problemas y también de localizar fugas de información e incluso empleados desleales.

Tenemos que cuidar nuestra imagen y para ello es imprescindible empezar por escuchar y monitorizar lo que sucede, atajar muy rápido y escalar internamente los problemas, por pequeños que parezcan, y nunca subestimar el medio.

'Entretodos' facilita a las empresas explotar estas redes

Sadiel y Aliatis diseñan una solución para explotar el conocimiento de las redes sociales en el entorno corporativo, contribuyendo a reforzar la imagen de marca de las organizaciones y abriendo nuevas vías de comunicación con sus usuarios, clientes, proveedores y empleados.

El proyecto, que se denomina 'Entretodos,' es una solución que permite explotar las redes sociales en el entorno corporativo. Por un lado, proporciona herramientas para integrar los gestores de contenidos corporativos con las redes, facilitando la publicación de información y la realización de

de campañas con las mismas. Por otro, pretende aprovechar el carácter participativo de estas herramientas web a través de la recolección y el análisis de las valoraciones y opiniones que los usuarios vierten en internet. Además, 'Entretodos' es capaz de realizar un análisis

de las distintas redes sociales existentes para extraer conocimiento rentable y útil para la organización; fomenta la participación de los empleados en estas redes como refuerzo de imagen de marca; permite lanzar campañas y promociones, captar y fidelizar clientes e incluso difundir eventos ins-

titucionales. Por si fuera poco, la iniciativa puesta en marcha por las compañías Sadiel y Aliatis, es una fuente de información muy valiosa para las empresas e instituciones, ya que tienen acceso a todo lo que se publica sobre las mismas en las distintas páginas webs de este tipo.