

La marca en redes sociales



La estrategia de comunicación y publicidad en las marcas se relaciona cada vez más con las redes sociales. Y es que a través de éstas es más fácil **construir la imagen que queremos transmitir de una marca** y acercarla al usuario.

Independiente del objetivo que persigamos en las redes sociales, para mejorar nuestros resultados la marca debe ser humanizada, en las redes sociales se encuentran personas reales, humanas, con problemas, felicidades y tristezas. Las redes sociales son herramientas para conectar personas, nuestra marca debe ser lo más humana posible, al ser humana es cercana al usuario y genera interacción. Nuestras redes sociales no pueden ser solamente un escaparate digital.

Con esta premisa clara vamos a ver estrategias para elegir la red social adecuada para la marca, como humanizar la marca y cuidar nuestra imagen.

Elegir en qué redes sociales vamos a incursionar es una decisión difícil, sobre todo porque todas ofrecen grandes beneficios, ya hemos visto el carácter de las grandes redes sociales, las conocemos, pero debemos también entender nuestras necesidades.

Una muy buena guía es hacernos estas preguntas sobre nuestra marca:

- ¿Cual es mi público objetivo?
- ¿Qué edad tienen?
- ¿Qué mensaje buscaría transmitir para crear comunidad?
- ¿Es mi producto o servicio acorde con el perfil de usuario de la red?
- ¿Cuento con los recursos para mantener actualizado mi perfil empresarial?
- ¿Sé responder acertadamente a comentarios negativos?
- ¿A dónde quiero llevar a la marca con el uso de esta red social?

En cada marca las respuestas varían, por esto **la elección de red social depende de la necesidad de la marca** y no se puede establecer que para cierto tipo de marca se debe estar en determinada red social.

Puedes encontrar que una red general se acopla a tu necesidad, igualmente es importante estudiar a tu competencia, reconocer el lenguaje con el que se comunican, qué tipo de personas interactúan, como responden ante situaciones negativas.

Con este referente debes establecer con qué tipo de lenguaje te vas a comunicar con tu público, ¿Cuál va a ser el diferencial? ¿que le aportará tu marca al usuario?, ¿Cómo vas a reaccionar ante situaciones negativas?, entre otras.

También debes estar actualizado y revisar qué redes especializadas pueden servir para tu sector e impulsar tu estrategia en redes sociales.

Ahora veamos qué técnicas nos sirven para humanizar la marca a través de las redes sociales.

Lo primero y más importante que debe hacer una marca para mostrarse más humana, es identificar el lenguaje o tono que se usa en la red social y adaptarlo a la forma de comunicación dentro de la red, la mayoría de redes usan un tono coloquial, pero nosotros debemos mantener el equilibrio.

No se trata de hablarle a nuestros seguidores como si se tratara de miembros de la familia, pero tampoco se trata de hablar solo en términos corporativos y formales, ya que los usuarios entran en las redes sociales por entretenimiento y no conectaran con este tono, establece el tipo de tono que va a usar tu marca y mantenlo.

Puedes valerte del humor para crear cercanía con los usuarios, pero siempre hazlo de una forma respetuosa, manteniendo el tono que va a usar tu marca y el que usan los usuarios de la red social.

Otro factor clave en la humanización de la marca es ser partícipe de la conversación. Puedes usar las redes sociales como canal de servicio al cliente y mostrar que tu marca está dispuesta a resolver cualquier inconveniente.

Generar conversaciones que giren alrededor de la marca muestra que estamos interesados en conocer la opinión de nuestros consumidores y transmite un mensaje de cercanía con los usuarios mejorando la confianza.

Otra técnica es mostrar experiencias de usuarios online y offline, si tienes un local muestra en redes tu relación con los clientes en este espacio, publica la experiencia que tienen los usuarios y los comentarios positivos,

Para **cuidar tu imagen en las redes es muy importante cuidar tu presencia en ellas**, no debes comprometerte con más de lo que puedes, es mejor tener una sola red bien manejada, que muchas redes pobres de contenidos y olvidadas.

Publicar frecuentemente, pero sin asfixiar a nuestros seguidores es un punto clave para la imagen de nuestra marca. Al crear un perfil en una red social para nuestra marca debemos establecer horarios de publicación, frecuencia, temáticas a tratar, protocolos de servicio al cliente y más.

Abrir una red social como canal de comunicación con nuestro público objetivo es un compromiso que requiere responsabilidad. **Elige de forma inteligente en qué red social quieres hacer presencia y establece un plan para humanizar la marca y acercarla a tu público objetivo.**