

# Administración de momentos de contacto dentro del negocio



En nuestra incursión a las redes sociales hemos encontrado la red o redes sociales en las que queremos mostrar nuestra marca, además hemos planificado como llegar a nuestro público objetivo a través de la segmentación y hemos establecido un calendario de publicaciones, pero **¿cómo debemos reaccionar al contacto que haga el público con nuestra marca?**

Hoy vamos a hablar de **cómo administrar los momentos de contacto** con los clientes.

El contacto con los clientes no se refiere solamente a la atención de quejas y reclamos, es más bien la **creación de vínculos entre el público y la marca**.

Veamos los contactos que puede tener una marca a través de una red social con un cliente.

Un perfil de redes sociales puede ser el escaparate para dar a conocer la empresa, si el perfil está alimentado y cuenta con buenos comentarios, es un buen referente de que la marca es buena y el cliente puede tomar la decisión de establecer contacto.

Si un cliente ya ha hecho contacto significa que tiene un interés en la marca, y con las redes sociales podemos mantener el interés vivo manteniéndolo informado acerca de nuevos lanzamientos y novedades de la marca.

Recibir quejas y reclamos para solucionarlos, solucionar el requerimiento de un cliente y tener su comentario positivo en una red social mejora la reputación de la marca.

La atención posventa, detectar posibles problemas con clientes existentes que puedan afectar la reputación online de la marca.

Como ves, hay muchas oportunidades para que un posible cliente haga contacto con nuestra marca, y para estar preparado, debes tener en cuenta estos puntos.

**Conocer lo que las personas hablan de la marca**, siempre **responder cuando un cliente se comunica a través de redes sociales**, **brindar información de valor** que le puede servir a nuestro público y que tenga que ver con nuestro campo, **no entrar en polémicas** con un cliente en redes sociales y **tratar al público como personas**, no solamente como clientes.

**Planificar y establecer cómo se va a responder en cada situación** es muy importante para mantener la reputación de la marca y tener resultados positivos al utilizar redes sociales.

Los **lineamientos de servicio al cliente** pueden variar según la marca, pero acá puedes ver unos lineamientos generales para empezar a planificar la reacción adecuada según el tipo de contacto que haga un posible cliente.

1. Cuando un cliente haga contacto, no dejar pasar más de 30 minutos para dar una respuesta.
2. Capturar datos sin importar la situación.
3. Hacer seguimiento continuo.
4. Hacer retroalimentación del proceso para mejorar.

Es muy importante que revises todos los procesos que tiene tu empresa y planees la respuesta a cada posible contacto que pueda hacer algún cliente, como compra de producto, solicitud de información sobre algún servicio o búsqueda de empleo en tu empresa.

En caso de recibir quejas, se debe hacer el seguimiento respectivo. Si se puede solucionar el problema, pregunta al cliente sobre el nivel de satisfacción y si no se puede solucionar, puedes ocultar el comentario con la funcionalidad de visualización para el usuario y amigos.

Esta funcionalidad no se debe tomar como una salida fácil, es solo en caso de que no haya forma alguna de solucionar el inconveniente y el cliente rompa toda relación con nosotros, siempre intenta arreglar estos inconvenientes para que no se vuelva una bola de nieve que no puedas controlar.

En caso de personas que estén buscando trabajo, puedes recibir su Curriculum o redirigirlos al área de la empresa encargada de esto.

**Siempre haz seguimiento a todas las personas que interactúan, ya que ellos hacen nuestra marca en internet.**

Y recuerda dar un trato humano a las personas que se contacten contigo, la relación con el usuario debe ser amigable y lo más natural posible, para que no sientan que están hablando con un robot.

Sigue estos lineamientos y busca como mejorar siempre el contacto con tus clientes. **Las redes sociales son el espacio perfecto para interactuar con tu público y mejorar la imagen de tu marca**, aprovéchalas.