

Crea una estrategia de atención al cliente a través de redes sociales



Como marca, es muy importante **mantener comunicación con los clientes**, pero debes controlar lo que se comunica en redes sociales, ya que esto puede dictar la reputación de tu marca en el mundo online. **Controlar lo que tu marca comunica y cómo reacciona a diferentes situaciones** puede ser muy sencillo para tu equipo de trabajo a través de una estrategia de servicio al cliente.

Lo primero que debes tener en cuenta desde el punto en el que empiezas a incursionar en las redes sociales, es estar en la red en la que tus clientes te pueden encontrar, estar en el mundo de las redes sociales tiene un fin, y es encontrar a nuestro público en él, para crear reputación de marca, fidelización de clientes y ventas. Por lo general las redes sociales a donde puedes encontrar a tu público objetivo pueden ser Facebook, Instagram o twitter, aunque puede ser otra, por esto debes analizar a través de cuál red tus clientes se quieren comunicar.

Estructura un equipo o establece qué persona es la encargada de la comunicación por redes sociales, esta persona debe conocer todo lo referente a la marca, desde los colores corporativos, misión, visión, los productos, servicios y funcionamiento de la empresa. Así logrará dar respuesta a cualquier comentario en redes sociales.

Detecta la clase de comentarios que recibe la marca y los problemas que frecuentemente te expresan los clientes, **monitoriza las menciones de la marca**, los comentarios positivos y negativos. Crea una lista de preguntas frecuentes para poder dar una respuesta rápida.

Al establecer preguntas frecuentes o problemáticas habituales, puedes crear escenarios para dar una respuesta a esos problemas, esto agiliza la respuesta que de la persona encargada a los comentarios que se hagan sobre la marca.

Para esto es muy importante tener un esquema o guion con respuestas frecuentes que den un nivel de satisfacción al cliente.

Siempre trata al usuario que te escribe con cordialidad y amabilidad, **busca solucionar cada inconveniente** que te expresen, no dejes en visto los comentarios negativos, ya que estás frente a un público masivo y el mal trato al cliente se puede volver viral creando crisis de reputación para la marca.

Asegúrate de que la persona encargada de responder al público en redes sociales sepa a quién preguntar frente a una situación complicada. Esto hace parte de conocer a la marca, pero es importante resaltarlo, es natural que no tengamos todas las respuestas, pero saber a quién preguntar nos permitirá responder rápidamente, las respuestas rápidas por este medio son vitales, ya que las personas que nos buscan por redes sociales, lo hacen para agilizar procesos y solucionar sus inconvenientes rápido.

Una vez se soluciona el problema haz seguimiento, pregunta si se siente satisfecho con la respuesta, si fue algún inconveniente con algún producto por ejemplo, puedes preguntar algunos días después si todo funciona bien, **crea empatía con el cliente y demuestra preocupación** porque se haya resuelto el problema, de esta forma fomentas la confianza en la marca y la fidelización.

Por último **ten indicadores sobre los mensajes recibidos, el tiempo de respuesta y el tiempo de gestión** para resolver problemas, esto te ayudará a fortalecer a la marca y crear una buena reputación online.