

Comunidades empresariales en redes sociales



Como hemos visto en anteriores lecciones, las redes sociales son un campo perfecto para **potenciar nuestra marca**, nos ayudan a **llegar a nuestro público objetivo**, a **hacer más ventas**, a **ofrecer atención al cliente** e incluso pueden servir como **plataforma para crear comunidades empresariales**.

Las comunidades empresariales existen desde hace mucho tiempo de forma física. Por ejemplo, la cámara de comercio de nuestra ciudad es una comunidad empresarial, donde empresas de distintos campos se unen para impulsar iniciativas, compartir proyectos, potenciar la marca y más.

Ahora con el auge de las redes sociales, podemos encontrar que pertenecer a una comunidad empresarial, o crear una nos puede dar muchos beneficios. **Las comunidades empresariales se pueden usar para implicar a los usuarios que serían nuestros posibles consumidores para evaluar nuestros productos y servicios.**

También puede crearse una comunidad empresarial para proveedores de productos o servicios en nuestro campo, con el fin de establecer parámetros de calidad y de sana competencia, inclusive de alianzas estratégicas.

O se puede enfocar una comunidad empresarial para la organización de labores operativas, para hacer más eficiente la gestión de la venta de nuestro producto o servicio.

Este tipo de comunidades pueden contar con diferentes espacios para desarrollarse, las redes sociales están en una etapa de madurez, en donde **las empresas pueden mostrarse cercanas al usuario**, y con la creación de comunidades en este medio se pueden crear espacios que generen apoyo

entre marcas, conexión entre las personas y potenciar el reconocimiento de la empresa.

Pero al desarrollarse una comunidad en una red social es muy importante la constancia, ya que muchas personas recurren a ellas para resolver inconvenientes o interponer una queja que puede dañar nuestra reputación. En las redes sociales todo es demasiado público, un comentario se puede hacer viral y darle la vuelta al mundo.

Por esto muchas empresas han apostado al **desarrollo de comunidades empresariales en espacios propios**, los beneficios de esto es que es un espacio dedicado exclusivamente a la marca, donde se puede controlar todo lo que ocurre, abrir espacios dedicados únicamente a servicio al cliente, o a información de valor de la marca.

Además la marca se queda con los datos recolectados sobre su público sin que ningún tercero intervenga, y sin que la competencia pueda acceder a ellos.

Si eliges una red social para crear tu comunidad empresarial, o si por el contrario eliges un espacio propio, es muy importante que seas consciente de que una comunidad está desarrollada por y para personas, por esto es importante que primero generes un acercamiento a las personas y las invites a participar en el diálogo que se genera entorno a tu marca. **Una comunidad empresarial es para generar relaciones de valor.**

Crea espacios de conversación, como un foro o blog, donde las personas puedan hablar de tus productos o servicios, de esta manera puedes sacar provecho para mejorar cosas de la marca y conocer lo que piensan sobre lo que ofreces.

El beneficio más importante que puedes encontrar al crear estos espacios, es que se **abre una ventana hacia la innovación**, ya que al tener un espacio donde se centralice la conversación, las quejas, y recomendaciones, puedes identificar nuevas formas de mejorar.

Igualmente permiten **crear engagement con la marca**, porque las personas se sienten cercanas y sienten que los productos y servicios hacen parte de su día a día. Dejar que las personas se expresen en espacios enfocados donde sus comentarios van a ser tomados en cuenta, genera agradecimiento con la marca, lo que da el paso a la lealtad hacia la marca.

Como puedes ver, **las comunidades empresariales son espacios en los que puedes potenciar la marca y crear relaciones de valor** que te acerquen a tu gremio, a tus proveedores y a tu público objetivo.