

¿Cómo crear una política de redes sociales?



La presencia en redes sociales es fundamental en las empresas en la actualidad, pero aún más importante es saber gestionar esta presencia. Algunas empresas temen perder control sobre lo que se publica en redes sociales y por esta razón terminan limitando su presencia en estos espacios. La solución a este temor es el establecimiento de una **Política de manejo de Redes Sociales** que establezca los lineamientos por los cuales se debe regir quienes se encarguen de las redes, ya sea el *Community Manager* o el Área de Social Media de la empresa.

La Política de Redes Sociales describe la forma en que una empresa y sus colaboradores deben comportarse al estar en línea, estas políticas ayudan a **proteger la reputación de la marca** y establecen cómo manejar y compartir los mensajes que transmite la empresa con responsabilidad. Es importante que estas políticas estén abiertas al cambio y al progreso, así como lo están las redes sociales.

Al plantear la política de uso de redes sociales debes establecer el **tono y la voz de la marca**. Determinar una forma de hablar en redes sociales hace reconocible a la marca a primera vista, y conecta al público con la marca. Es importante tener en cuenta que las personas que se presentan al público, como vendedores o impulsores deben mantener el tono y la voz que está establecida para la marca.

En la reglamentación deben estar explícitamente descritas las expectativas que tiene tu marca del **comportamiento y conductas de los colaboradores** frente al uso de las redes sociales.

Algunos lineamientos que debes especificar son:

1. **Cómo se debe hablar sobre la marca y los productos o servicios**, cómo deben responder los colaboradores a las menciones de la marca, tanto las menciones positivas y negativas, también se debe definir la información que no se debe compartir en las redes.
2. Qué personas van a ser las **responsables** de la capacitación del personal, el servicio al cliente, las interacciones en las redes, aprobación de mensajes y problemas de seguridad o jurídicos de la marca.
3. En cuanto a riesgos jurídicos es muy importante **cuidar la marca**, para esto se debe capacitar al personal para que cite fuentes y respete el contenido de otros grupos o empresas.
4. Establecer que cuando algún empleado haga algún comentario personal que lo relacione con la marca haga un **descargo de responsabilidades** hacia ésta, expresando que la opinión o contenido no refleja necesariamente las ideas de compañía. Esto es importante en las redes sociales profesionales, donde los colaboradores pueden poner en su perfil la empresa donde trabajan actualmente.
5. Estipular la creación de **contraseñas seguras, protocolos de respuesta** en caso de un ataque o violación de seguridad, y lineamientos para recepción de correos electrónicos, detección de correos sospechosos con virus y malware.

Para implementar la Política de Uso de Redes Sociales es importante invitar a las personas a que participen en redes, cuida la redacción para que no suene disuasoria y no olvides pedir al equipo sus aportes para la política, ya que va a ser la forma en la que todos van a interactuar en redes sociales. Al incluirlos en el proceso, harás que se sientan más cómodos al difundir tu marca.