

# Manejo de crisis en redes sociales



Como hemos visto antes, la **presencia de la marca en redes sociales** es muy importante, ya que con ellas podemos acercarnos a nuestro público potencial.

Tener un acercamiento mejora nuestra reputación, sin embargo, en el proceso de acercamiento, tanto en el mundo online como en el offline, la marca puede verse afectada por comentarios negativos, que pueden repercutir en una **crisis de reputación** si no se actúa apropiadamente.

Un **plan de acción** en este tipo de situaciones es fundamental, ya que en redes sociales la información se puede volver viral en segundos, los sentimientos negativos, como rabia o indignación en las redes sociales son un detonador de crisis.

Por esto es necesario tener nuestra marca monitoreada, **identificar posibles comentarios que pueden crear una crisis y tener un plan de acción** para actuar con rapidez y respeto, para que la marca se vea lo menos afectada posible.

Debemos **identificar en qué momentos la marca se puede ver frente a una crisis**, uno o dos comentarios negativos sueltos no es una crisis para la marca.

Hay comentarios que no merece la pena gestionarlos con un plan elaborado que involucra a muchas personas, ya que una sola persona se puede hacer cargo, pero es importante monitorear los comentarios para actuar rápidamente en caso de que alguno llegue a crecer y convertirse en crisis.

Hablamos de crisis en estos casos:

1. Cuando hay un **flujo de comentarios o de información negativa de la cual no hay control** y es difícil responder.
2. Cuando aparece **un comentario negativo de alguna persona influyente** en el medio, que si no se trata, puede llevar a reacciones negativas de sus seguidores.
3. Cuando **una situación negativa sale del mundo online a los medios de difusión tradicionales**, como radio o televisión.

Ahora que podemos identificar en qué momentos nos podemos estar enfrentando a una crisis, es ideal estar preparados para responder con prontitud.

Tener un plan donde se detallan todos los posibles escenarios donde podríamos encontrarnos en una crisis, nos dice qué acciones debemos evitar, pero sobre todo nos da un norte para saber cómo reaccionar.

Cuando detallamos todas las posibles crisis podemos establecer un nivel de gravedad y qué personas deben estar involucradas para actuar, por ejemplo.

- Dirección de la empresa
- Departamento de Marketing
- Community Management
- Atención al cliente
- Departamento legal
- Recursos humanos

De estas personas es importante tener el correo electrónico, número de teléfono, otras formas de contacto como skype, y es importante poder contar con ellos en un periodo corto de tiempo, sea de día o de noche.

Un comunicado pre-aprobado para publicar en redes sociales y plan de comunicación interna y externa frente a una crisis.

También es importante tener presente a influencers o personas que en llegado caso pueden ayudarnos a llegar a un público mayor y salvar nuestra reputación.

Así, cuando se presente una crisis vamos a saber cómo reaccionar, y vamos a saber con quién comunicarnos para crear un plan de acción que pueda sacarnos rápidamente de la crisis sin que se vea afectada la marca.

Es importante tener claro en qué canal se creó la crisis, por ejemplo si el comentario que desató la crisis fue de Facebook, lo más correcto es manejar la crisis por esta red social y es muy importante siempre dar respuesta a todos los comentarios sin importar que sea positivos o negativos.

Igualmente, es importante que tengas una página de términos y condiciones que puede salvarte de una crisis de reputación, esta pagina la puedes enviar como respuesta a usuarios que tengan dudas y quejas frente a tus políticas.

Los **factores que podemos monitorear** para enterarnos de una crisis de reputación rápidamente son: el nombre de nuestra marca, los productos que ofrecemos, comentarios en las redes de la competencia, influencers de nuestro campo, palabras clave y hashtags vinculados a la marca.

**Las crisis de reputación pueden ser oportunidades para mejorar la marca, tener un plan para afrontar esta situación es ideal para salir bien parados y fortalecer nuestra imagen en las redes sociales.**