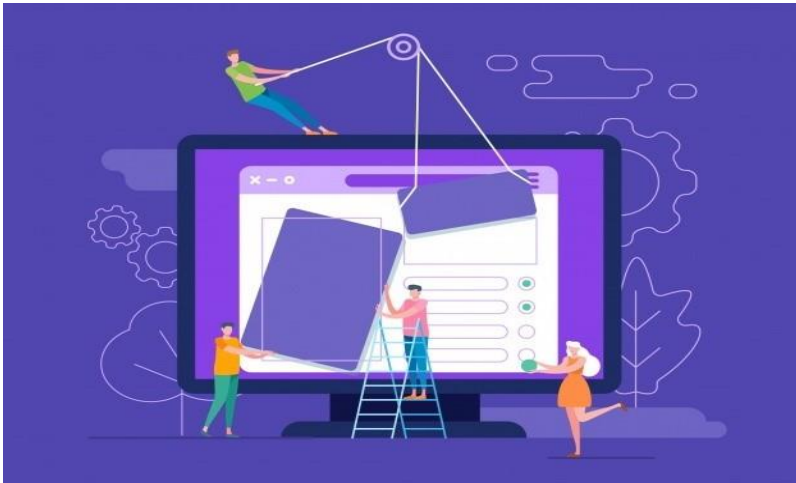


## ¿Cómo elegir una herramienta de monitoreo y gestión de redes sociales?



Las herramientas para la **gestión y monitoreo de redes sociales** son aliadas para llevar a cabo acciones que nos lleven a **cumplir el objetivo de la marca**, en esta lectura te contamos qué criterios debes tener en cuenta para elegir una de estas herramientas para que esté alineada a la estrategia.

La marca debe realizar acciones en las redes sociales para alcanzar sus objetivos. Para establecer las acciones que llevarán a este objetivo se debe tener un **plan de acción** claro. El objetivo o propósito por el que la marca se encuentra en redes sociales direcciona las estrategias, y una vez que se determina la estrategia, podemos pensar en una herramienta para el monitoreo y la gestión.

Estas herramientas representan un apoyo en la coordinación de acciones. Aunque se pueden manejar tres redes de manera independiente, un **tablero de administración** suministrado por una herramienta puede permitir a la marca **ver la estrategia completa y mantener un orden** que asegure que la estrategia se está direccionando correctamente y así sacar provecho de los esfuerzos.

Para elegir una herramienta de monitoreo y gestión de redes sociales, debemos tener claras las tareas que esta herramienta debe apoyar, no es lo mismo necesitar herramientas para lograr ventas en las redes, que herramientas para lograr redireccionamiento hacia una web.

Las tareas que puede apoyar una herramienta de gestión son :

- Previsualizar mensajes, imágenes, videos y contenido de distintas redes.
- Publicar en varias redes al mismo tiempo.
- Leer y responder mensajes directos y comentarios.
- Programar mensajes y publicaciones para que se publiquen automáticamente.

- Gestionar concursos o encuestas.
- Monitorear palabras clave.
- Obtener datos para el análisis de rendimiento.

Unas herramientas tienen un enfoque específico y otras un enfoque más amplio que incluye múltiples tareas.

Cuando aclaramos la estrategia y las acciones que se necesitan llevar a cabo, es más simple identificar qué herramienta de gestión funciona. Si por ejemplo, la marca busca enfocarse en usar las redes como canal de servicio al cliente, una herramienta de monitoreo y gestión que permita revisar y contestar conversaciones y comentarios en tiempo real es ideal.

Igualmente, la **elección de una herramienta de gestión y monitoreo de redes sociales**, debe verse influenciada por su **facilidad de uso**, de tal manera que la curva de aprendizaje no sea tan larga en tiempo, que tenga buen soporte al usuario, ya que la plataforma puede presentar un fallo que debe ser informado, o puede que no tenga material de apoyo, como tutoriales para sacar el mayor provecho.

Igualmente, la herramienta que elijas debe ser **flexible en cuanto a la integración de funcionalidades** que puedes necesitar para la estrategia, compatible con las redes sociales en las que trabajas, y que no tenga muchos errores en su funcionamiento.

Debes tener en cuenta **el precio y los planes** que ofrecen estas herramientas, el tiempo de prueba gratuito para que observes si tienes afinidad con la plataforma y encontrar si encierra la mayoría o todas las funcionalidades que necesitas para tu estrategia.

Contar con una herramienta de gestión y monitoreo permite que la tarea del análisis sea más fácil, de esta manera podemos entender si la estrategia está funcionando, o necesita cambios para la mejora.