

Las Redes Sociales en las Organizaciones

Como se ha estado mencionando durante el transcurso de la materia, las redes sociales nacieron para crear lazos, conectar amigos y expresar de forma masiva los pensamientos. La capacidad de conectar a personas y crear canales de comunicación dinámicos ha crecido exponencialmente, hoy en día 95% de la población mundial con acceso a internet cuenta con alguna red social.

Las empresas deben unirse a estos cambios hacia sus empleados, clientes, accionistas, y sobre todo en las relaciones entre ellos. Hoy en día millones de organizaciones se han sumado a las redes sociales como parte de una tendencia global.

La incorporación de las nuevas tecnologías sociales en las empresas mejora la productividad al fomentar la colaboración con una baja inversión. Las nuevas tecnologías sociales permiten a las organizaciones un mayor acercamiento a los consumidores y potenciales clientes al conocer sus necesidades reales, lo que se puede convertir en mayores ventas, fortalecimiento en la presencia de la marca en el consumidor y un infinito mundo de oportunidades que se abren al insertar un negocio en el mundo digital.

Actualmente, los internautas son mucho más que simples receptores de información, pues se han convertido en generadores de contenido, líderes de opinión, consumidores expertos y exploradores constantes de información, entre otros roles que se han generado en el mundo digital; por lo cual las organizaciones deben tomar en cuenta que las conversaciones y recomendaciones, sobre todo del tipo de productos y servicios, que tienen lugar en la web social ocupan ya más del 25% del tráfico de Internet, y generan ventas sin tener que invertir en publicidad extra, pero así como generan ventas también un mal comentario puede afectar exponencialmente a una organización.

De esta forma, una parte importante del comercio también se ha vuelto electrónico y las redes sociales digitales es un potencial aliado, por lo que es común encontrar que diversas organizaciones con o sin fines de lucro, e independientemente de su giro, cuentan con perfiles en sitios de redes sociales.

Las Redes Sociales en las Organizaciones

Ventajas del Uso de Redes Sociales por las Empresas

- Puedes hacer contactos de e-commerce de nivel B2C (empresa a cliente).
- Puedes hacer contactos de negocios de e-commerce de B2B (empresa a empresa).
- El uso de las redes sociales puede medir el impacto de las ventas cuando se lanzan promociones o eventos.
- El nivel de los clientes aumenta por medio de la publicidad “de boca en boca”.
- Lleva un mensaje a casi el 95% de la población mundial.
- Se pueden segmentar los grupos objeto a los cuales se quiere comunicar el mensaje.
- Se crea un canal de comunicación de doble vía en la que las personas puedan interactuar con la marca.
- Se expone la personalidad de la marca y aprovechar a quienes se sienten identificados con ella para convertirlos en embajadores de la marca.
- La marca estará presente comunicando un mensaje sin que este se perciba como publicidad o una venta directa.
- Los seguidores pueden referenciar la marca a sus amigos y familiares.
- Se muestra las bondades del producto y casos de éxito.

Impacto de las redes sociales en las organizaciones

El uso de redes sociales digitales se ha convertido en tema de análisis de diversas organizaciones, desde diferentes enfoques y áreas de estudio, a nivel mundial.

En México, la *Asociación Mexicana de Internet* (AMIPCI) ha realizado diversos estudios al respecto del uso de redes sociales digitales. Uno de sus estudios, presentó datos que confirman el impacto de la evolución de las redes sociales digitales en las empresas.

A través de una encuesta en línea realizada a 327 empresas mexicanas, la investigación muestra que ocho de cada diez empresas poseen al menos un perfil en redes sociales.

Las Redes Sociales en las Organizaciones

Dicho dato da pie a cuestionarse si realmente ese porcentaje mantiene activos esos perfiles con responsabilidad o si solo fueron abiertos por una aparente necesidad de tener presencia en estos medios. Existe un número importante de sitios abandonados o que no ofrecen contenido de valor para el posible público objetivo al que deberían dirigirse. Por otro lado, el estudio realizado por la AMIPCI señala que tres de cada diez empresas no están presentes en las redes sociales debido a que no cuentan con personal calificado para la gestión de las cuentas ya que no consideran necesario el uso de estos canales.

Casos de éxito en redes sociales

A continuación mencionaremos algunas de las organizaciones que han utilizado las redes sociales, y que a través de una gestión responsable, han obtenido resultados favorables para su beneficio y que han obtenido resultados relevantes:

DELL

- Es una de las compañías con especial interés en el uso de redes sociales.
- Ha diversificado su contenido digital, llegando a diferentes tipos de clientes.
- Cuenta con más de 30 páginas oficiales en redes sociales relacionadas con diferentes temáticas.

Beneficios

- Mayor acercamiento con el cliente.
- Detección de fallas en sus productos y servicios.
- Disminución de un 30% en reclamos.
- Mejor atención a clientes.



Las Redes Sociales en las Organizaciones

Greenpeace



Uso de las redes sociales para difundir campañas de protesta en beneficio del ambiente.

A través de las redes sociales, con videos, imágenes y campañas han logrado acercar más público.

- Sus campañas se han hecho a nivel mundial y con un mayor impacto.

Beneficios

- Mayor participación de nuevos públicos.
- Mayor difusión del mensaje.
- Mayor integración con la comunidad.
- Reducción de costos de publicidad y mayor alcance.

Cultura UNAM



Pionera de la difusión cultural en su género a través de las redes sociales en México.

Beneficios

- Mayor difusión de los eventos culturales UNAM.
- Mayor acercamiento con las necesidades del usuario.
- Generación de mejoras en los servicios.
- Mejora continua en la difusión y presentación de eventos culturales.

Las Redes Sociales en las Organizaciones

Cielito Querido Café



- Cafetería 100% mexicana que se ha hecho notar en las redes sociales al ofrecer sus productos.

Beneficios

- La mejora continua de sus servicios.
- Atención activa a comentarios y peticiones.
- Difusión de la marca y posicionamiento en redes sociales.