



REDES SOCIALES

**una
herramienta
para
aprender y
crecer en los
negocios**



Continúan las conferencias que imparte el periodista Eduardo Ruiz-Healy, y en la segunda se abordó la importancia de las redes sociales y su aportación para ampliar la comunicación con las personas en cualquier parte del mundo y aprender y ampliar los conocimientos, así como la mejor herramienta actual para el desarrollo de los negocios.

Para abordar este tema estuvo como invitado Álvaro Rattinger, director general de Merca2.0 quien mencionó las 7 razones para hacer personal Branding; es decir, crear imagen de marca, o dicho de otra forma, presentar un único mensaje de la empresa, sus productos o sus servicios, utilizando el Internet, a través de las redes sociales.

Dijo que las redes sociales tienen cada vez más auge, porque permiten que un usuario

se comunique, socialice, se mantenga informado, tome decisiones de compra, cree su propio mundo o espacio donde subir fotos, vídeos, ideas o pensamientos. El alcance se refiere a la oportunidad que tienen las personas de acceder a estas redes sociales y qué porcentaje de éstas posee una cuenta en alguno de los sitios de redes.





Rattinger señaló que en las redes sociales no hay límite para los temas que interesan a cualquier persona; se puede establecer comunicación con redes de gastronomía, finanzas, o salud, entre otras; además de aprender o capacitarse mejor para desarrollar o ampliar las habilidades para hacer grandes negocios por medio de Internet.

Las redes sociales tienen varias cualidades que las hacen prácticamente irresistibles para la publicidad y los negocios, sin duda por la cantidad de usuarios que se encuentran en ellas, pero también por un factor muy poderoso que sabiéndolo utilizar puede dar grandes resultados.

Cuando se trata de negocios, hay siete razones importantes para unirse a las redes sociales:

1. El consumidor evoluciona
2. El consumidor es más exigente
3. El valor de marca hace la diferencia
4. El consumidor lo ve todo
5. La marca necesita más de una forma de actuar
6. Los consumidores están migrando a lo social
7. Hay casos de éxito que comprueban su efectividad.



¿Qué es el Branding?

Branding es una palabra que está de moda en Internet, aunque su utilización no siempre es todo lo adecuada que debiera. El significado real de branding es crear imagen de marca, o dicho de otra forma, presentar un único mensaje sobre la empresa, sus productos o sus servicios.

En la era anterior a Internet, el *branding* requería la integración de la publicidad, el servicio a clientes, la promoción, las relaciones públicas, el marketing directo, mailings, descuentos, esponsorización, el boca a boca y otras mil formas de comunicación.

Actualmente, sólo con un “click”, todo el proceso es más corto. Nadie tiene tiempo de aplicar los principios clásicos del marketing o de las relaciones públicas.; por lo que todo debe de hacerse ahora y de forma inmediata.

No hay tiempo que perder, o tu competencia te ganará por la mano.