

Cómo crear relaciones provechosas en el ciberespacio

by Cursos Vinculando - Thursday, December 12, 2013

<https://vinculando.org/articulos/negocios/como-crear-relaciones-provechosas-en-el-ciberespacio.html>

En clases anteriores hemos empezado a hablar de la creciente importancia de internet en prácticamente todos los aspectos de la vida, y esta es una tendencia que únicamente va a seguir aumentando en los próximos años.

Contrario al tan mencionado "fin del mundo" de los Mayas, el desarrollo de las actividades económicas a través de medios digitales va a continuar llegando a cada vez más personas en todos los países del mundo. Esto es muy claro cuando revisamos el porcentaje de crecimiento poblacional frente al aumento de personas que tendrán acceso a internet entre 2006 y 2020:

En 2006 había 6 mil millones de seres humanos en el planeta; en 2010 ya éramos 7 mil millones y se estima que para 2020 seremos 7 mil ochocientos millones. Por su parte, en 2006 el 6% de la población mundial tenía acceso a internet; en 2010 era el 23% de la población y se calcula que para 2020, el 68% de la población mundial podrá entrar a internet, con un gran aumento en el número de dispositivos móviles, ya sea a través de los llamados teléfonos inteligentes o "smartphones", de tabletas de todas las marcas y aquellos aparatos que todavía están por ver la luz.

En términos comerciales para quienes hoy tienen o quieren tener un negocio, eso significa que entre 2010 y 2020, 3 mil millones de personas van a empezar a usar la red; personas que van a buscar información, van a querer resolver problemas o van a trabajar para alcanzar sus metas... a través de comprar los productos o servicios que tu (o tu competencia) ofrecen.

En el ciberespacio como en muchos otros aspectos de la vida, quien llega primero va a tener por ese simple hecho una ventaja, o como decimos en México, "el que pega primero, pega dos veces". Seguramente en tu país podrás encontrar alguna expresión equivalente y lo que a fin de cuentas quiero enfatizar es que todavía estamos en un excelente momento para ser de los (relativamente) primeros en llegar.

Como en esta ocasión estamos hablando de relaciones con otras personas o empresas, vamos a partir del supuesto de que ya tienes un producto o servicio de una calidad adecuada, y ahora vas a promoverlo, por lo que la primera pregunta que se te puede ocurrir sería algo como "¿a quién puedo acercarme para promover mis productos o servicios?"

Dando los primeros pasos: acercarse a las instancias correctas

En la vida cotidiana, cuando estás planeando un viaje a un lugar que desconoces, lo mejor que puedes hacer es pedirle consejo a alguien de tu confianza que ya conozca ese lugar y que preferiblemente haya ido varias veces antes, de manera que tenga los conocimientos para sugerirte a dónde ir y qué evitar.

A la hora de empezar a vender tus productos o servicios por internet es muy posible que no tengas muchos conocidos que ya hayan vendido en línea durante un tiempo razonable como para darte los consejos que buscas, pero afortunadamente existen otras maneras de obtener la información que necesitas.

Lo primero que necesitas saber es cuáles son los sitios que podrían estar interesados en publicar información sobre mi producto o servicio. Para saberlo, simplemente ve al buscador de tu preferencia y escribe las palabras clave con

las cuales te pueden buscar tus clientes.

Abre los primeros 20 o 30 resultados (2 o 3 páginas) y mira si algunas de esas páginas son de sitios web que no venden lo mismo que tu es decir, que no son tu competencia, pero que si abordan tu tema, ya sea de manera directa o en complemento a cualquier otro tema.

Luego haz una lista de los sitios que tratan sobre tu tema e intenta identificar cuáles de esos sitios son publicados en tu mismo país, pues esta es una característica que les hace más valiosos para ti.

Si tu capacidad de venta es en todo tu país, entonces busca por ejemplo, sitios que abarquen o se especialicen en tu tema dentro de Colombia; si tu capacidad de venta es a nivel estatal, te interesará buscar espacios especializados, digamos, en Bahía, Brasil; y si te encuentras dentro de una ciudad específica, busca publicaciones para la Ciudad de México, o incluso para zonas específicas dentro de tu ciudad. Entre más específico sea el sitio, mayor utilidad tendrá para tu negocio.

Una vez que has hecho una lista de sitios interesantes, es hora de usar las herramientas web que te había sugerido al principio del curso. Para ello, si no lo has hecho, descarga el navegador [Firefox](#) y una vez que lo abras y puedas **visitar páginas en él**, descarga las siguientes herramientas: 1) SEO Status PageRank/Alexa Toolbar; 2) Site Information Tool y 3) Firebug (esta última es para quienes conocen de HTML, CSS, JS, DOM, etc.).

A la hora de elegir con quien relacionarte en internet, estas herramientas te van a ayudar a "separar la paja y el trigo" usando dos criterios muy importantes: el número de visitantes que cada sitio recibe (tráfico) según la medición de Alexa y la "calificación" o reputación que cada sitio tiene dentro del llamado pagaren de Google.

Aprendiendo a leer las calificaciones de Alexa y Google

A lo largo de los años, estas dos instancias se han especializado en crear, cada uno, su propio índice de todos los sitios web en el mundo, de manera que es posible tener una buena aproximación al tráfico y reputación de un sitio aprovechando ambas herramientas.

Para aprender a usarlas es importante saber que el índice de Alexa es decreciente, es decir, que entre menor sea el número asignado a un sitio, más tráfico recibe. Así, actualmente Facebook es el sitio número uno en Alexa y Google el número dos. De aquí podemos ver que la red social recibe más visitas que el buscador, aunque no es posible conocer con exactitud el número de visitantes diarios o mensuales que tienen.

Una vez instalando estas herramientas, visita tu propio sitio web si lo tienes o visita los sitios web de tus conocidos, de tu competencia, etcétera, para que tengas una mejor idea del tráfico que recibe cada sitio.

Para que tengas una referencia menos vaga, considera que existen en total, como 20 millones de sitios en el mundo, de manera que si tu sitio se encuentra en el lugar "2 millones", se encuentra en el 10% de sitios más visitados. Así mismo, actualmente Revista Vinculando se encuentra en el lugar 122,300 de Alexa y recibe 100 mil visitas mensuales. Estas cifras te ayudarán a darle mayor significado a los números que veas desde ahora.

Por su parte, el PageRank es una escala de once posibilidades que son: "N/A" (no disponible) y de 0 a 10. Es decir, un sitio que tiene un ranking de cero está mejor calificado que uno que no tiene nada.

No obstante, para que un sitio empiece a tener valor real para pensar en promocionarse en el, lo mínimo que puedes aceptar es una calificación de 1, y entre mayor sea la calificación del sitio, mayor también el valor de que ellos pongan un enlace o publiquen una nota sobre tu producto o servicio.

Aquí la referencia es que sitios como Facebook tienen una calificación de 9, mientras que instituciones tan importantes como la UNAM tienen calificación de 8. Igual que te sugerí arriba, visita la página web de tu negocio, de tu competencia y de otros sitios para que veas cuál es la calificación o ranking de distintos sitios y veas dónde te conviene enfocar tus esfuerzos.

Aprovechando el uso de herramientas a la hora de fomentar relaciones de negocio en internet

Empezamos la clase de hoy hablando de crear relaciones en el ciberespacio, y ahora que ya tienes tu lista de "prospectos", ordénalos de acuerdo con estos criterios:

- El tema que tratan;
- Su ubicación geográfica;
- Nivel de tráfico en su sitio (Alexa);
- PageRank (Google).

Un punto poco conocido en estos temas es que, si puedes encontrar un sitio web con calificaciones que te interesen y donde ya se haya publicado información sobre lo que tu haces, tendrás una señal de que a ellos sí les interesa tu actividad y tienes mejores posibilidades de que accedan a iniciar una relación de trabajo contigo.

Como editor de una Revista Vinculando he recibido centenas de correos a lo largo de los años en donde los remitentes no tienen las mínimas reglas de cortesía ni toman el tiempo de ver los temas que aquí explico. Si tu puedes llevar a cabo estas simples sugerencias y sabes presentar tu producto o servicio, vas a tener una enorme ventaja sobre la inmensa mayoría de tus competidores.