

Mejorar tu forma de comunicarte en internet

by Cursos Vinculando - Thursday, December 12, 2013

<https://vinculando.org/articulos/negocios/mejorar-tu-forma-de-comunicarte-en-internet.html>

Mirando el trabajo que emprendedores, profesionistas y empresas realizamos en internet, podríamos decir que el objetivo central es transmitir un mensaje con el objetivo de provocar una acción, que puede ser una compra, visitar otra página, recibir actualizaciones por correo o redes sociales, etcétera.

Internet ofrece también la gran ventaja de comunicar aprovechando imágenes, texto, video, audio y sus combinaciones, de manera que el mensaje se haga atractivo para quienes lo consumen.

En esta ocasión exploraremos algunas estrategias de comunicación on-line para transmitir un mensaje de la manera más efectiva posible; conociendo los límites y fortalezas de los medios a nuestro alcance.

3 canales de comunicación

Los tres canales que revisaremos en este artículo son los siguientes:

1. Un sitio web propio o blog;
2. Lista de correos electrónicos;
3. Redes sociales.

Cabe notar que los he acomodado en el orden que, en mi experiencia, son más efectivos, pero que puede ser distinto en cada caso.

Tener un sitio web es la base y el fundamento de cualquier estrategia de comunicación en internet, pues éste es el lugar al cual se dirige a aquellas personas que son nuestro público objetivo. En ese sentido, la organización del sitio debe ser clara para quienes lo visitan por primera vez, de manera que encuentren la información que buscan con el menor esfuerzo posible.

El diseño del sitio es una parte muy importante de la comunicación, si bien de manera implícita, pues le “dice” a nuestros visitantes si el sitio es o no confiable para sus intereses u objetivos.

Una vez que se tiene el principio de un sitio web (digo el principio porque su creación y desarrollo es un proceso), el segundo paso será posicionar el sitio entre los primeros lugares de los resultados de búsqueda en Google, Bing y Yahoo, pues eso significa que habrá un grupo significativo de personas que nos visiten y puedan escuchar o ver nuestro mensaje.

Aparecer en los primeros lugares de los resultados de búsqueda es todo un tema en sí mismo que en inglés se conoce como (Search Engine Optimization) y del cual hablaremos en el futuro, pero por ahora baste decir que si en tu sitio ofreces información interesante, que no haya sido publicada en otros sitios y dos o tres veces al mes como mínimo, estás creando los fundamentos para una estrategia de SEO que dará sus frutos.

Listas de correo electrónico

Cuando una persona llega a tu sitio, lo ve y decide que le es útil tu información, posiblemente guarde el sitio en sus

favoritos, pero como no tenemos manera de asegurar que eso suceda, se le ofrece a esa persona la posibilidad de suscribirse a una lista de correos que le avise cada vez que publicas nueva información.

De esta manera, cuando hablo de listas de correo, en ningún sentido me refiero a comprarlas, o a “crearlas” a partir de todos los correos de spam y cadenas que recibimos con correos de los contactos de nuestros contactos; no. Estas listas son en realidad negativas para crear un negocio serio y deben ser evitadas a toda costa.

Claro que quienes te venden esas listas te dirán que no hay problema, que son listas “frescas” con grupos sementados y que nadie te reportará como “spammer” si pones un aviso al pié del correo, pero tu sabes que quienes quieren vender algo, no son objetivos en ese sentido, y queda ahora a tu criterio lo que hagas.

En mi opinión, las listas que verdaderamente son útiles, son aquellas que se van formando por personas reales y directamente interesadas en tus productos o servicios.

Suponiendo que ya tienes algunos meses o años en tu negocio actual, es casi seguro que ya tienes una lista para empezar. Sólo es necesario un correo y el nombre de la persona para que empieces el trabajo con tu lista. Luego, el tiempo te irá trayendo a nuevas personas interesadas a quienes les puedes ofrecer la inscripción a tu lista de correos.

Este, junto a tu contenido y el nombre de tu dominio, son tres de los más valiosos bienes de tu negocio on-line y debes cuidar que se haga un uso correcto de ellos, pues estás apostando a un trabajo de mediano y largo plazo para tener un éxito real en cualquier empresa.

Tu lista de correos es (o debe ser) valiosa por dos motivos: 1) Es real, lo que significa que incluye las direcciones de personas genuinamente interesadas en lo que ofreces, y te dieron su dirección de correo voluntariamente. 2) Es tuya. Esto parece poca cosa, pero debes recordar que todos los contactos que tienes en facebook o twitter no son tuyos. Bajo ciertas circunstancias, esas compañías podrían cancelar tu cuenta y perderías a tus contactos. Con una lista de correos no.

Una nota sobre privacidad: Recuerda que si manejas datos personales, es importante que ofrezcas un “aviso de privacidad”, que se refiere a que hagas explícito cómo usas los datos que se te proporcionan. En México esto ya es una ley, e imagino que en muchos otros países también, así que tómalo en cuenta.

Aprovechamiento de las redes sociales

Aunque facebook es el “rey” en este campo, twitter, google+, youtube, linkedin y muchas otras existen y es posible que tengas una cuenta en alguna de ellas.

En lo personal, recomiendo no usar demasiado tiempo en tener presencia en todas las redes sociales. Primero, porque tus clientes pueden empezar a preguntarse por qué tienes tanto tiempo en tus manos. ¿Acaso no tienes trabajo? Segundo, la audiencia latinoamericana para estos sitios varía enormemente de aquella proveniente de Estados Unidos y otros países del llamado primer mundo.

Si bien allá pueden ser muy populares, no lo son tanto en nuestra América Latina, y vas a estar usando tu tiempo para enviar un mensaje a donde va a ser visto por muy, muy pocas personas.

Esta es una tendencia que poco a poco se va revirtiendo, pero por ahora mi sugerencia es que uses tu tiempo inteligentemente, enviando mensajes donde se encuentra tu público meta, y no donde está el último “grito de la moda” (que además cambia todo el tiempo).

Si decides usar facebook para transmitir tu mensaje, es importante que tomes en cuenta que el orden en el que le

aparecen las historias a cada usuario es primero por relevancia y luego por tiempo. Esto significa que facebook da prioridad a mostrar notas, imágenes o videos que tengan muchos comentarios y “Me gusta” en vez de hacerlo únicamente por que son más recientes.

En este sentido, toma muy en cuenta los horarios en los que tus usuarios entran a las redes sociales e intenta que tus publicaciones se hagan en ese tiempo. Como regla general, los martes, miércoles y jueves son los días de mayor visitas, y ello dentro del horario habitual de trabajo.

Nuevamente diré que esto puede variar de acuerdo con cada producto o servicio, pero como regla general puede aplicar casi a cualquier caso.

¿Cuál es el mejor formato?

Publicar en facebook fotos, texto y video tiene un impacto diferente, pues las imágenes y videos son vistos más fácilmente, pero los textos se muestran a un mayor número de personas. Por ello, la recomendación aquí es usar una mezcla de formatos para que la página se mantenga con un balance saludable.

De igual manera que se hace en cualquier sitio web serio, sería muy recomendable que publiques contenidos originales, mejor que simples copias de otras páginas.

Para terminar este apartado sólo es importante que procures incluir una invitación a que los usuarios hagan clic en “Me gusta” de tu página, o a que compartan tus contenidos si les resultaron interesantes.

En este sentido, puedes visitar la página de facebook de Revista Vinculando y fíjate cómo en la foto del encabezado hacemos justamente esa invitación.

¿Pagar por tener más “Me gusta”?

Esta técnica únicamente es recomendable a la hora de hacer el lanzamiento de un producto o servicio, pues conforme pasa el tiempo, si una persona no intercala con tu página, eventualmente va a dejar de ver tu información y será dinero tirado a la basura.

Fuera del tiempo de campaña o lanzamiento, no gastes dinero en esa página, y permite que simplemente tenga un crecimiento natural (llamado crecimiento orgánico) al publicar información interesante que tus usuarios actuales comenten o le hagan “Me gusta”.

Finalmente, al comprar publicidad en facebook tienes la posibilidad de presentar tu mensaje a los amigos de tus “fans” actuales, pero ese es un criterio de poca efectividad, pues todos tenemos amigos con intereses únicos. En este sentido, lo ideal es hacer una combinación de Influencia (usando a los amigos) e Intereses (usando palabras clave relativas a tu trabajo). De esta manera tu presupuesto se usará de la mejor manera posible.