

Publicado el 08-05-2012

## Social Media: Necesitas menos media y más social

Quizá sea algo que debamos aprender por la fuerza. Quizá no existe la capacidad de escuchar los consejos de otras personas o empresas. Quizá sean ganas de experimentar por uno mismo la sensación del fracaso.

O quizá sea sólo un paso más en la maduración que todos necesitamos para darnos cuenta que cosas nos resultan y cuales no.

Hemos pasado sin darnos cuenta, de no tener absolutamente ni idea sobre redes sociales, a querer tener perfiles en todas y cada una de ellas. Y no sólo eso. A realizar un esfuerzo sobre humano para estar "presentes" en cada una de ellas.

En cuanto a tus perfiles personales, puedes hacer lo que quieras y lo que tu tiempo y tus ganas te permitan. Pero una empresa, y más una pyme, no puede darse el lujo de desperdiciar sus recursos de esa manera.

Puedes darte de alta en todas las redes. Es lógico y hasta recomendable por cuestiones de nombres de usuario y linkbuilding secundario (casi todas incrustan un rel"nofollow" en las páginas, pero algunas dejan personalizar la URL). Pero, no "bautices" tus perfiles hasta que no estés absolutamente seguro de poder administrarlos eficazmente. Si no podrás tener una presencia con una temporalidad lógica, y responder a los comentarios de tus seguidores, ni te asomes.

En esta vorágine de social media, veo gente vanagloriarse por cantidades de seguidores, por cantidad de tweets al día, por cantidad de puntos de Klout ganados &hellip;

Aún esa gente no ha entendido que la gran diferencia de las redes sociales es que nos permiten "hablar", "escuchar" y "compartir", cualquier cosa, de manera casi instantánea desde y con cualquier lugar del planeta.

¿Si tienes sólo media hora por día para dedicarle a tus perfiles, para que te obsesiones con tener 50.000 fans en Facebook? En ese tiempo, no podrás contestar las preguntas ni del 10% de tus fans.

Te han dicho que tu empresa necesita un blog porque es bueno para tu reputación. Y te han metido en la cabeza que debes actualizarlo todos los días. No importa cómo ni con qué contenido. Pero un día, te has levantado inspirado y has escrito un post elaborado y con buen contenido, y te has dado cuenta tú solo, que la calidad, siempre le ganará a la cantidad.

Deja de obsesionarte con las cifras y obsesiónate por las personas. Por cómo puedes ayudar a cada día más gente, implicando a tu empresa en esa ayuda. Es la única manera de crecer natural (y éticamente) en las redes sociales.

No existen recetas mágicas para el engagement y los "virales". Sólo la conversación es engagement. En lugar de publicar 50, 100 ó 200 tweets al día, lee tu timeline y comenta los tweets de las personas y empresas a las que sigues. Ahora que no está de moda, entra y comenta en sus blogs. Hoy, nuevamente se cotizan al alza en los sentimientos hacia las personas y marcas.

Había hace poco un estudio que decía que el 75% de las empresas no responden a sus seguidores en Twitter. Es un desastre total y absoluto. Como dice muchas veces mi amigo [Isra García](#), estamos destruyendo nosotros mismos el valor más importante de estas herramientas. El conectar muy de cerca con personas de carne y hueso.

Existe el SPAM en el mail, existe el SPAM en los blogs y estamos conviviendo con spammers sociales. Gente que hace 15 checkins por hora en Foursquare, gente que publica 500 tweets al día, gente que copia y pega artículos de otros blogs para no dejar un día en blanco, y gente que baja vídeos de otros de YouTube para subirlos a sus perfiles.

Tal vez no hoy, tal vez no mañana. Pero pronto, muy pronto, te darás cuenta que necesitas más social y menos media.

