

Puro Marketing

Grandes mitos del Social Media que las empresas deberían conocer

Publicado el 14-11-2011 por **Redacción**

El Social Media Marketing está rodeado de muchos mitos y falsedades, por lo general, transmitidas por personas que no tienen conocimiento alguno sobre marketing en medios sociales y cómo éstos funcionan realmente. Por ello, hemos considerado oportuno recoger y recordar algunos de estos grandes mitos para tenerlos en cuenta y saber realmente cual es la auténtica realidad que las empresas deberían conocer.

Los clientes de nuestra empresa no utilizan los medios sociales

Este es un mito muy común y que continúa asombrando a los profesionales del marketing social. Hay empresas que no utilizan los social media, pero sin embargo, profesan tener el conocimiento de los hábitos de sus clientes en los medios de comunicación social.

Los consumidores podrían decir cosas negativas de nuestra empresas

Sí, las personas pueden estar diciendo cosas malas acerca de nuestra empresa en este mismo momento, y nosotros por creer que todo lo sabemos, no nos damos cuenta. El problema al no estar en las redes sociales, es que la empresa no puede conocer las dimensiones de estos problemas. La única manera de saber si se están diciendo cosas negativas, es estar en ellos y poner en marcha estrategias y planes para gestionar nuestra reputación.

El Social Media no es la corriente principal

Por ejemplo, sólo en EEUU hay 170 millones de usuarios en Facebook, casi la mitad de la población. Muy pocas cosas tienen ese nivel de participación, a excepción de medios como la TV, los periódicos o la radio donde los mensajes y acciones comerciales están perdiendo su efectividad e impacto. Al pasar por alto una oportunidad tan grande como esta debido a la creencia errónea de que no es dominante, las empresas están ignorando una gran parte de su mercado objetivo.

El 96% de las 81 millones de personas pertenecientes a la llamada "Generación Y", está en alguna red social. De hecho, muchos de ellos hacen lo que pueden para evitar la publicidad convencional. Sin embargo, podemos llegar a ellos fácilmente a través de este tipo de medios.

La mera presencia es suficiente

Este es sin duda, uno de los mayores mitos del social media. La creencia popular de que con la simple presencia en las redes sociales estamos alcanzando nuestros objetivos. Es importante entender que para aprovechar su verdadero potencial hemos de dedicar tiempo y recursos. No mantenernos como empresas pasivas. Todo lo contrario. Hemos de mostrarnos activas y aunque en un momento dado no tengamos nada que decir, siempre podremos aprender escuchando a los clientes y consumidores.

El Social Media es gratis o barato

La comunicación en medios sociales no es precisamente barato. Requiere esfuerzo, personal de comunicación especializado en medios sociales y muchas horas de trabajo constante y continuo. Por otro lado, los resultados son medidos con mayor exactitud que los resultados de la comunicación tradicional. La tasa de conversión es menor que en los medios tradicionales y por consiguiente los medios sociales son más eficientes.

Los resultados en los medios de comunicación sociales no pueden ser medidos

En realidad, la enorme ventaja de la comercialización en los medios de comunicación sociales sobre la corriente tradicional del marketing es que puede medirse todo muy fácilmente con diferentes herramientas. No sólo las cifras y números, sino que además permite medirse el sentimiento de los mensajes y saber si estos son positivos, negativos o neutrales.

El análisis de los sitios web, incluso, pueden determinar cuántas personas llegan, los pasos que siguieron para llegar allí, las páginas que visitó mientras estaba en el sitio e incluso si hace una compra. Esto significa que no sólo los profesionales del Social Media pueden supervisar el tráfico de una web, sino además

determinar qué es lo que realmente está teniendo impacto en las ventas, algo que para la publicidad tradicional es más difícil.

Es algo inútil. Muchos lo han probado y afirman que no les funcionó

Son muchas las empresas que se muestran ansiosas ante los resultados generados a través de los medios y redes sociales. Antes de esto, hemos de ser conscientes de que nuestra estrategia puede no dar resultados inmediatos, sino que tomará cierto tiempo para que la gente nos encuentre y comience a participar activamente.

Los fans y seguidores no comparten los contenidos de marca

Nada más lejos de la realidad, pues si bien hay muchas más personas involucradas en ello hoy en día, la calidad es la que terminará determinando el alcance y éxito que alcancemos, y eso es algo sobre lo cual, las empresas se darán cuenta fácilmente. Si pretendemos que nuestros clientes, consumidores o seguidores se involucren, no bastará con ofrecerles información, sino que ésta debe resultar realmente relevante e interesante.

© 2012 **Todos los derechos Reservados** - [Puro Marketing](#)

Queda prohibida la reproducción, total o parcial de este documento, por cualquier medio, sin el previo y expreso consentimiento por escrito del autor o medio