

Introducción A Las Redes Sociales

Por: Félix Miranda Quesada



Es muy probable que el lector haya escuchado hablar de Redes Sociales antes de leer este artículo, más aún, es muy probable que ya esté haciendo uso de ellas, hasta los niños las utilizan. Sin embargo, más allá de haber escuchado hablar de ellas y estarlas utilizando, es importante conocer lo que realmente éstas significan y para qué pueden ser utilizadas de manera más “provechosa”.

Como se puede observar he escrito provechosa entre comillas (“), porque para los efectos de este artículo estoy haciendo referencia a dicho término desde el punto de vista de los negocios; esto, no obstante, no significa que lo que toda la gente; niños, mujeres, hombres, jóvenes y adultos estén haciendo no sea provechoso para cada uno de ellos y ellas.

Esta aclaración haya cabida en algo que he rechazado rotundamente. Se refiere a un vídeo en el que un “experto” ha manifestado que las redes sociales *“no son para hacer o escribir las estupideces que escriben los adolescentes como ‘me estoy cepillando los dientes’, etc.”* (sic...).

Absolutamente en desacuerdo con la afirmación del “experto”. Lo que los adolescentes, nuestros hijos e hijas hacen al escribir sobre sus gustos, sus actividades, sus experiencias **NO SON ESTUPIDECES**. Quizás escriba algún tratado sobre esta temática en un futuro, por ahora solo he deseado hacer la aclaración ya que considero que el “experto” ha sido irrespetuoso con los adolescentes en dicho video.

A pesar de asumir y afirmar que prácticamente la mayoría de las personas tienen algún conocimiento sobre las **Redes Sociales**, recapitularemos en este artículo sobre algunos conceptos básicos referidos a ellas.

Un sitio de red social, o una *red social*, como normalmente se le suele denominar a este tipo de sitio es, básicamente, un lugar en internet donde las personas se “juntan” a compartir experiencias, vivencias, conocimientos, videos, fotos, anécdotas, etc. De hecho, y lo sigo afirmando, para eso nacieron, para socializar. Sin embargo, no por ello, está prohibido realizar otras actividades, como lo veremos en este y otros tratados. Algunas de la *Redes Sociales* más populares actualmente Twitter, Facebook, MySpace, Sónico, entre otras muchas más.

Quizás, algunas personas aún no sepan que estos sitios web, conocidos como redes sociales pueden ser utilizados para generar ingresos. No como un lugar o centro de venta directa, esto podría constituir un error estratégico en los negocios hechos por internet; pero sí, se pueden generar ingresos de manera indirecta, utilizándolas como medio de hacer marketing, para lo cual, aplican ciertas reglas éticas y legales.

Es oportuno que en este punto haga dos aclaraciones necesarias:

- No existen, en mi opinión, verdades absolutas. Por lo tanto, las afirmaciones de los diferentes autores, incluido este artículo, deben ser leídas e interpretadas con un criterio crítico, sentado sobre bases reales como *cultura, economía de la región, costumbres, condición social, etc.*

- Las redes sociales tuvieron como origen la necesidad de *socializar* y como tales deberían mantenerse a través del tiempo, ya que han traído muchos beneficios en ese campo.

Debemos ser cuidadosos a la hora de convertir algo ‘social’ en algo ‘comercial’.

Supongamos que somos invitados a una fiesta. Las fiestas tienen un carácter social; puede ser un matrimonio, un cumpleaños, un aniversario de bodas, etc. Nadie querrá imaginarse a algún invitado sacando del bolsillo de su traje muestras de los productos que vende en su negocio y ofreciéndole al resto de invitados, o repartiendo catálogos a cada uno de los invitados. Y, si no fuera una persona que hace esto sino varias a la vez, la fiesta se convertiría en un caos y perdería su fin. Probablemente esas personas no volverán a ser invitadas *jamás* a una fiesta en dicha casa. Diferente efecto tendrían situaciones como las que describo enseguida.

Caso 1. En el desarrollo de las actividades sociales y mientras se conversa, alguien es interrogado con relación a la actividad o actividades a que se dedica. De manera cortés responde, informando cual es su oficio o profesión. La revelación de su oficio o profesión despierta el interés de una o más personas, por lo que le solicitan sus datos de contacto. Aquí se ha creado una relación que puede tener efectos más allá de lo social, sin haber sido originado en una mala práctica.

Caso 2. Al finalizar la fiesta y, producto de haber interactuado, las personas intercambian sus ‘tarjetas de presentación’ (tarjetas de negocios) las cuáles de forma discreta son guardadas por cada persona. Al regresar a sus actividades normales, cada persona examina la o las tarjetas recibidas y las coloca en el lugar destinado a ellas. Inmediatamente, o días después necesita algún tipo de servicios o productos que le pueden ser suministrados por alguno o varios de los asistentes a la fiesta, quienes le entregaron su tarjeta. Lo llamará y llegarán a algún acuerdo comercial, sin haber violentado ninguna regla ética en la fiesta a la cual asistieron ambos.

Claro que, en ambos casos, las situaciones descritas pueden recibir una “ayuda” por parte de las personas, habiendo algunas muy hábiles para ello. Por ejemplo, de manera muy sutil, se puede provocar que alguien te interrogue sobre tu profesión u oficio. O bien, provocar que nos sea solicitado el correo electrónico. Como lo acabo de mencionar, hay personas ‘especialistas’ en esto.

De manera similar se debe trabajar en las **Redes Sociales**. Recordemos, en primer lugar, que las redes son sociales, no comerciales; pero, no se prohíbe hacer negocios y sacar provecho de ellas.

Supongamos que has escrito un libro denominado “*Gáñele la guerra a esos molestos ronquidos*”. No sería correcto que una vez hayas creado tu cuenta en Facebook, te dediques a **vender** tu libro en esta Red Social. Una buena práctica sería, escribir ‘tips’ y artículos de calidad con consejos para dejar de roncar. Esto se hará de manera natural, fomentando los comentarios de los seguidores con algunos consejos y anécdotas que ellos también puedan dar y hasta se puede regalar un reporte, un audio o un video al respecto. En los consejos y artículos que escribas se dejará el enlace (nuestra tarjeta de presentación) que conducirá al lector, si este así lo desea, a la carta de ventas donde se describe de manera amplia el producto que se vende. Estos enlaces se conocen como *enlaces de entrada o backlinks* (por su nombre en inglés). Estos backlinks, no solo ayudarán a generar tráfico a tu sitio web, blog o producto, con la probabilidad de realizar una venta, sino que ayudará para que los motores de búsqueda posicionen dicho sitio o blog, en un buen ranking. En todo caso, si el visitante o seguidor

nuestro en la Red Social no desea acceder el enlace, siempre habrá disfrutado con lo que hemos puesto a su disposición de manera gratuita, habiéndose cumplido el objetivo de las Redes Sociales.

Cómo ser conocido en las Redes Sociales

En realidad, hay muchas maneras de hacer amigos en las Redes Sociales, como en el caso de Facebook. Una de ellas es por invitación. Sí, invitando a las personas a nuestro grupo. Y no se trata de invitar a personas conocidas. Se trata de invitar personas. Expresiones, en la firma o en algún lugar de nuestro sitio web, cómo: *Sígueme en Twitter*, *sígueme en Facebook*, o el solo hecho de insertar logos de dichas Redes Sociales, a las cuales se pueda acceder mediante un simple click, hará que algunas personas quieran seguirnos. Por ejemplo, al final de un artículo en uno de mis blogs, he puesto una invitación a seguirme en algunas redes sociales, quedando así:



Es interesante cómo, pronto muchas personas estarán siguiéndonos en dichas Redes Sociales, lo que, debemos corresponder y, debido a que me gusta ser transparente en mis escritos y guiar de la mejor manera a mis lectores, debo advertirte que algunas personas a las que seguimos, por ejemplo en twitter, son muy selectivas con las personas que ellos, o ellas van a seguir. Repito, no les importa si tú los sigues, si ellos no te consideran digno de ser seguido, pues simplemente **no te seguirán**. En realidad, esto no es ningún problema, no es causa de llanto. No te hará ni más rico, ni más pobre. El hecho de mencionarlo en este artículo se debe a que, son aspectos interesantes que es importante que las personas que iniciamos negocios en internet conozcamos sobre la personalidad de aquellos o aquellas con quienes hacemos negocios, o quizás sería mejor decir, quienes hacen negocio con nosotros. Sobre este tema se puede abundar, sin embargo solo te diré que conozco empresarios en internet de reconocido prestigio que no les importa seguirte, seas tú un “gurú” o seas una persona que inicia. Lo cual, sin duda nos ha alentado a muchos de los que somos más nuevos en el desarrollo de negocios en internet. Para cerrar esta temática, quiero mostrarte un ejemplo de lo que te digo. Mira este *participante* en una red social, a pesar de que lo siguen más de seis mil personas, esta persona solamente sigue a 18, ¿será ego, espíritu de grandeza? No importa, a mí solo me interesa que tú, si es que apenas comienzas y no te habías percatado, lo hagas.



Ahora, mostraré los datos de un personaje de gran prestigio en internet, para que se vea la diferencia, y no me refiero solo a la diferencia en los datos, sino a la diferencia de carácter y actitud de cada

empresario. El día que esta persona se hizo seguidor mío, me causó mucha admiración, ya que creía que no estaba permitido que un personaje de su talla, siguiera a un novato en internet.



A diferencia del caso anterior, este que, en mi opinión, es un **personaje** del internet, sigue a más personas que las que lo siguen a él. Repito que, esto es cuestión de derechos, actitud, y hasta gustos. Será tema de otro 'tratado', cuando haya la oportunidad. Espero que para nuestros propósitos le sea útil al lector.

Conclusión

No se puede, ni se debe, desaprovechar el potencial de las redes sociales para hacer negocios, como no se debe desaprovechar la oportunidad en una fiesta para hacer negocios, cuando ello sea posible. Lo importante es, apegarse a las reglas éticas y legales para lograr hacer negocios sin pisotear el propósito de los inventores o descubridores de las redes sociales, *la socialización*, y, a la vez, sin anteponer como objetivo primordial la parte comercial a la parte social. Debemos recordar que no es el único medio para hacer marketing en internet y que es, por lo tanto, una alternativa que, sabiéndolo hacer puede ser aprovechada.

Se debe entonces, mediante los medios permitidos tratar de lograr la 'conversión' de al menos un pequeño porcentaje de nuestros seguidores, ellos por su parte, harán lo mismo con nosotros, si están en el mundo de los negocios. '**Conversión**' significa, convertir seguidores en prospectos y prospectos en clientes, mediante estrategias de marketing.

Este artículo puede reproducido y traducido a cualquier idioma, puede ser regalado y publicado, en cualquier sitio web o blog, con la sola condición de que no se altere su formato original, su contenido, ni su autoría.

Síguenos en [Twitter](#)
Síguenos en [Facebook](#)
Síguenos en YouTube [YouTube](#)
