

# Redes sociales: del mito a la realidad

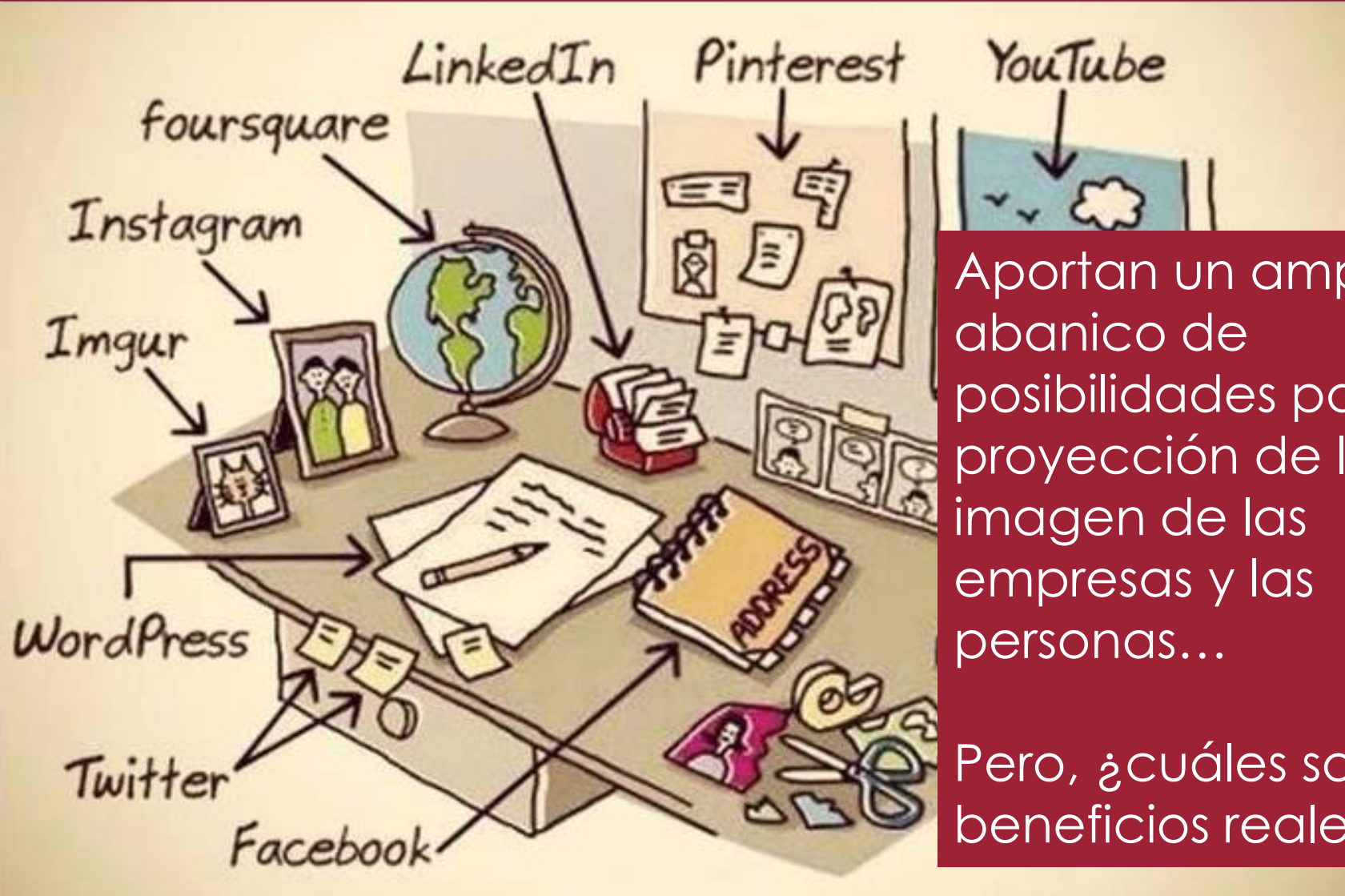
3 de Julio de 2014  
24º Foro del Auditor Profesional

**Enric Rius**

Economista, asesor fiscal, Censor  
Jurado de Cuentas y Socio Director  
de Palau·Rius

[www.enricrius.com](http://www.enricrius.com)  
[www.palaurius.com](http://www.palaurius.com)

# ¿Las redes sociales han transformado nuestro día a día?



Aportan un amplio abanico de posibilidades para la proyección de la imagen de las empresas y las personas...

Pero, ¿cuáles son sus beneficios reales?

## 1. Las redes sociales aseguran el éxito

- ✗ No aportan más ventas a corto plazo.
- ✗ No se traducen en más clientes.
- ✓ Mejor reputación.
- ✓ Vínculos con los usuarios, que pueden ser clientes potenciales.



## 2. Debemos publicar mucha diversidad de contenidos para llegar a más gente

- ✗ Los usuarios están sobreinformados.
- ✗ No somos sólo un emisor.
- ✓ Difundir contenidos interesantes para un público concreto.
- ✓ Debemos diferenciarnos y dar un punto de vista de experto.



## 3. Debemos publicar contenido constantemente

- ✗ No podemos publicar cualquier tipo de contenido.
- ✗ El exceso de contenido cansa a los usuarios.
- ✓ Buscar interacción con los usuarios.
- ✓ Intervenir en las discusiones en red adecuadas.



## 4. Las redes sociales son un canal de comunicación gratuito

- ✗ El uso es gratuito pero gestionarlás adecuadamente tiene un coste.
- ✗ Algunas redes limitan su uso por parte de las empresas.
- ✓ Tener una buena estrategia de comunicación y un buen *community manager*.
- ✓ Valorar la posibilidad de invertir en posicionamiento en las redes.

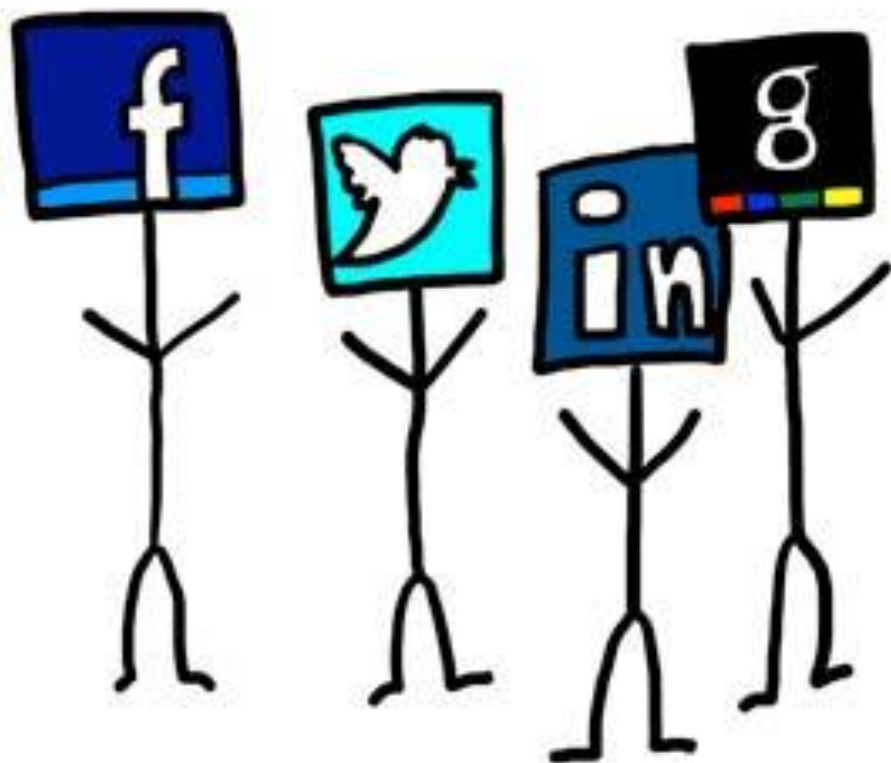


## 5. Con estar en las redes ya es suficiente

- ✘ No es suficiente tenerlas, sino mantenerlas activas.
- ✘ No sirve de nada abrir cuentas en las redes si no se gestionan bien.
- ✓ Es necesario tener una web activa.
- ✓ Debemos definir una estrategia.
- ✓ Es importante detectar las tendencias del sector.







*No sólo se trata de saber usar las herramientas, sino de adoptar un nuevo comportamiento en la red*



## 1. Identidad de la empresa

- Filosofía de empresa.
- Valores de trabajo.
- Imagen de marca.
- Conocimiento del sector.



## Objetivos

- ✓ Ganar en confianza y credibilidad.
- ✓ Trabajar con coherencia con la filosofía de la empresa.
- ✓ Posicionar la empresa en el sector.

## 3. Generar conocimiento

- Detectar temas de interés en el sector.
- Generar contenidos propios (blog)
- Dar un punto de vista interpretativo.

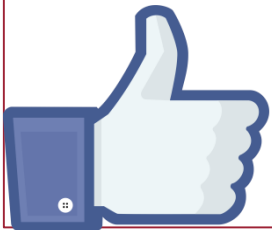


## Objetivos

- ✓ Posicionar la empresa como equipo de expertos.
- ✓ Conseguir que los usuarios tengan más interés.
- ✓ Seguir la actualidad del sector para dar más salido a los contenidos.

## 2. Limitar la vida personal y la vida profesional

- Utilizar el sentido común.
- Conocer las diferencias entre redes.
- Saber en qué intervenir.

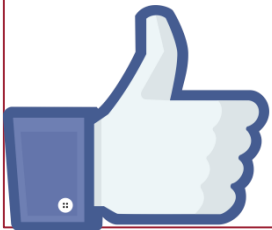


## Objetivos

- ✓ Twitter: difundir la actividad de la firma.
- ✓ LinkedIn: es el escaparate de servicios y de nuestro punto de vista.
- ✓ Youtube: queremos innovar en la difusión de contenido del sector.

## 4. Cantidad no significa calidad

- Dos o tres intervenciones al día.
- Priorizar contenidos propios.
- Buscar seguidores fieles.

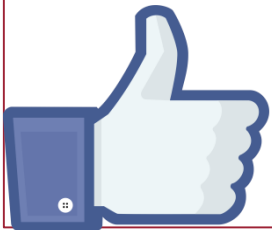


## Objetivos

- ✓ Somos expertos, debemos funcionar como filtro de la actualidad.
- ✓ No necesitamos muchos seguidores, sino seguidores interesados, clientes potenciales.

## 5. Trabajar en equipo

- Implicar todo el equipo en la estrategia de comunicación.
- Contacto constante entre dirección y comunicación.



## Objetivos

- ✓ Integrar la estrategia de comunicación en la lógica de trabajo de todos.
- ✓ Posicionar a los expertos en el sector, asociarlos a la marca de la empresa.

1. Conocer mejor el **mercado**: ser un filtro de lo que puede interesar a nuestro público objetivo.
2. Contenidos aptos para **móviles y tablets**: una web accesible, dinámica, con contenido sintético.
3. Potenciar el **contenido audiovisual**: buscar nuevas fórmulas para llegar a los usuarios.
4. Crear una **red de vínculos** con los clientes y clientes potenciales: atraerlos a las redes sociales de la empresa.
5. Ser **pacientes y constantes** con el trabajo, no hay beneficios directos.  
Es un **aprendizaje diario**.



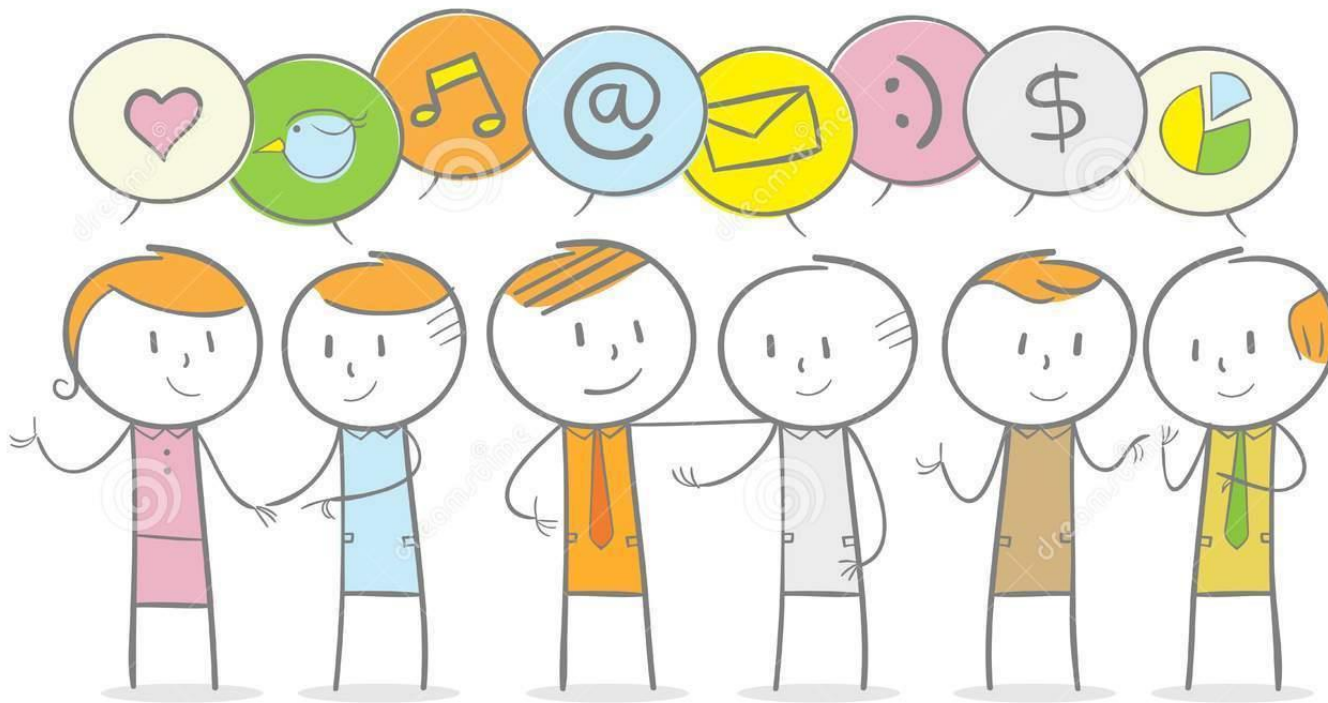
# /¿Cómo es la gestión diaria?

1. La importancia de la figura del **community manager** o el responsable de comunicación.
2. Definir y seguir una **estrategia concreta** con unos objetivos – no hace falta que sean ambiciosos, sino asumibles y con visión de futuro.
3. Conocer bien las **herramientas de gestión** de marketing digital, que facilitan el trabajo y ahorran tiempo.
4. Trabajar en las redes pensando en que **nos dirigimos a personas**, no a una pantalla.
5. Fidelidad en la filosofía de empresa, **coherencia con sus valores y transparencia**.





*Estar en las redes sociales es una conversación,  
no una conferencia*





*Si los clientes están en las redes sociales, es  
dónde debe estar la empresa. Si no,  
consigamos ser suficientemente  
interesantes para que vengan*

# Muchas gracias

3 de Julio de 2014  
24º Foro del Auditor Profesional

**Enric Rius**

Economista, asesor fiscal, Censor  
Jurado de Cuentas y Socio Director  
de Palau·Rius

[www.enricrius.com](http://www.enricrius.com)  
[www.palaurius.com](http://www.palaurius.com)