

BENEFICIOS Y DIFICULTADES DEL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

C. J. Alvarado Reyes¹

RESUMEN

Los beneficios de las redes sociales son diversos y atraen mucho a los propietarios de las empresas, el tener mayor alcance y poder difundir sus productos a un gran número de personas. Existen más beneficios que riesgos en el marketing a través de la nueva tecnología y realmente son muy beneficiosas las redes sociales además de fáciles de utilizar por la mayoría de las personas. Dentro de todo esto existirían solo dos problemas principales, el no saber utilizar las redes sociales y no atender bien a los clientes.

PALABRAS CLAVE: MARKETING, SOCIAL MEDIA, COMERCIO ELECTRÓNICO

ABSTRACT

The benefits of social networking are diverse and attract business owners a lot, having more reach and being able to spread their products to a large number of people. There are more benefits than marketing risks through the new technology and social networks are very beneficial as well as easy to use by most people. Within all of this there would be only two main problems, not knowing how to use social networks and not serving customers well.

KEY WORDS: MARKETING, SOCIAL MEDIA, ELECTRONIC COMMERCE.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son muy atractivas para las empresas porque en la actualidad las personas pasan más tiempo en ellas que en cualquier otro medio de comunicación. Para ello deben elegir a una persona conocedora de ello y que se encargue de estar actualizando el contenido de las redes sociales.

Las marcas pueden estar presentes en la mente del público a través de la creación de páginas, grupos, aplicaciones, etc.

Y, ¿Por qué estar en las redes sociales? En primer lugar, ayuda a la empresa a darse a conocer y porque en un futuro tendrá mayor crecimiento como medio de comunicación.

¹Estudiante de 8º semestre de la carrera de Contador Público en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí UAMZH, cinthyajaneth12@gmail.com

Se puede conocer el gusto de la gente de forma rápida a través de encuestas e invita a ser creativos y a buscar la forma de llegar a cada rincón de la población. Todo esto sin contar con lo fácil y económico que resulta.

En la actualidad es algo muy común para las empresas crear un sitio web o una red social, pero siempre queda la duda de cómo saber si los resultados han sido satisfactorios para la entidad. (Marketing-xxi.com) (emprendepyme.net) (Marketing-xxi.com)

METODOLOGÍA

El objetivo de esta investigación es conocer los beneficios y dificultades del marketing en las redes sociales. Se indago en diversas fuentes bibliográficas de la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, así como en sitios web y es una investigación descriptiva realizada en un periodo comprendido de febrero a mayo del 2017.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Hay muchas formas de saberlo, como primer punto está el número de suscriptores que son las personas que siguen la página y que son quienes ven el contenido que se postea. Otra de ellas es el número de búsquedas de la empresa en internet.

Los social media ayudan a comunicar a la empresa con el cliente, el usuario ahora puede interactuar a través del internet y emitir su opinión de esta forma contribuir en la mejora del producto.

La llegada del internet fue vista desde un principio como una nueva forma de marketing, donde las marcas podrían acercarse a los consumidores. A través del avance y del desarrollo del internet se pudieron crear sitios web, después vinieron lo que fue los correos electrónicos de forma masiva y en la actualidad las redes sociales, tales como Facebook, Twitter, etc.

Existen diversas maneras de hacer marketing, puede ser de forma personal entre correo empresa-persona, anuncios publicitarios del producto u ofreciendo descuentos y ofertas. (castro, carlos, 2015)

Las redes sociales han dejado de ser algo pasajero para pasar a ser una herramienta importante en el marketing. Estos medios cuentan con múltiples aplicaciones que son muy útiles para la empresa.

Facebook es la red en el cual las empresas han logrado captar una gran cantidad de clientes actualmente, por ejemplo, haciendo páginas en las cuales promocionan sus productos y servicios, pero si no se actualizan y dejan abandonada su página los clientes pueden irse con la competencia.

La mejor estrategia para utilizar en internet es el marketing viral.

Este tiene como objetivo llenar de publicidad todas las redes sociales. Suele difundirse de forma rápida de forma electrónica o por telefonía móvil para alcanzar el mayor número posible de seguidores. Pueden crearse también blogs.

Internet se está usando para aplicar estrategias de marketing y crear páginas en redes sociales de una marca o un producto en las que se busca que el visitante puede estar más cerca de ellos.

Aquí es donde los usuarios pueden compartir expectativas e información sobre los productos que les interesan. Es un mercado que está muy conectado y cada usuario puede aprender de la opinión de los consumidores, lo que reduce las posibilidades de equivocarse en lo que adquirieron o consumieron, y limita la capacidad de ser engañados por los anunciantes. Por eso, las estrategias que se basan en el marketing viral buscan convertir al usuario en un cliente constante del sitio web. Se busca conseguir su entera satisfacción con el sitio web, que recomiende los productos que ahí se ofrecen y que les proporcione la dirección a los contactos con los que mantiene relaciones. (UNIVERSIDAD DE LA SABANA, 2011) (Emprende pyme.net)

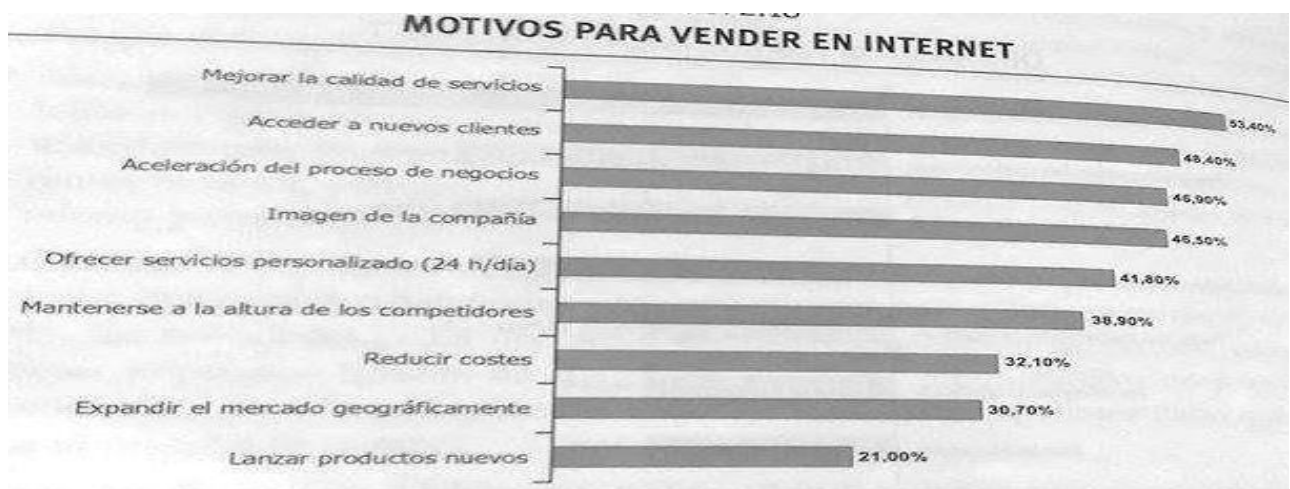
¿Qué ventajas tiene el marketing?

El marketing tiene varias ventajas como el poder dirigirse a un público preciso, va adquiriendo clientes al mismo tiempo que vende, crea y mantiene una base de datos y puede enviar información de forma privada a sus usuarios.

Se comunica con el cliente de forma directa, además de reducir costos y agiliza el proceso de negocios.

Se mejora la imagen de la compañía, la calidad y se puede ofrecer el servicio las 24 horas a un mercado más amplio.

Los clientes mencionan muchos beneficios como el poder comprar a cualquier hora, obtener mejores beneficios y que es más cómodo y les lleva menos tiempo.



Fuente: ADIGITAL 2005

Dentro del marketing hay una rama muy importante como lo es el marketing directo, donde se puede enviar publicidad por correo, teléfono, fax, e-mail, teléfono celular y por social media marketing. Se puede enviar la información solo si el destinatario ha dado su consentimiento o mandarla y dejar de hacerlo en el caso de que el destinatario no quiera recibirla.

Una de las funciones del marketing directo es la venta de un producto a distancia a través de lo que es el comercio electrónico. El consumidor tiene el control de su compra y decide a que empresa comprar y la forma de su envío. El comercio de esta forma ha tenido mucho éxito y ha ido creciendo sobre la distribución en general.

La venta a distancia se anota en Estados Unidos el 70% de todas las suscripciones a revistas, más del 50% de las ventas de libros y alrededor del 20% de todas las películas de fotos reveladas. (ALET, MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO, 2007)

Hay un embudo de la venta en internet que son acciones que llevan a conseguir clientes fieles.

Como primer punto es hacerse notar en la web y fuera de ella, presentación en medios y participación en seminarios, jornadas, etc.

También es necesario crear interés en el comprador, proporcionar una imagen novedosa y de calidad, bombardear de publicidad para así lograr referencias positivas.

Para que el cliente no deje de visitar la página esta debe ser atractiva y sencilla, navegación fácil e información completa.

Al momento de vender la transacción debe ser sencilla y cómoda, los productos deben ser buenos y los precios accesibles que satisfagan al cliente. La entrega debe ser rápida y barata y el comprador debe sentir seguridad y confianza al realizar su pedido.

Así como hay muchas razones por las cuales comprar en internet también hay varias por las cuales no hacerlo por ejemplo las personas que pasan más tiempo en internet son más experimentados pero muchas veces tienen pocos recursos económicos.

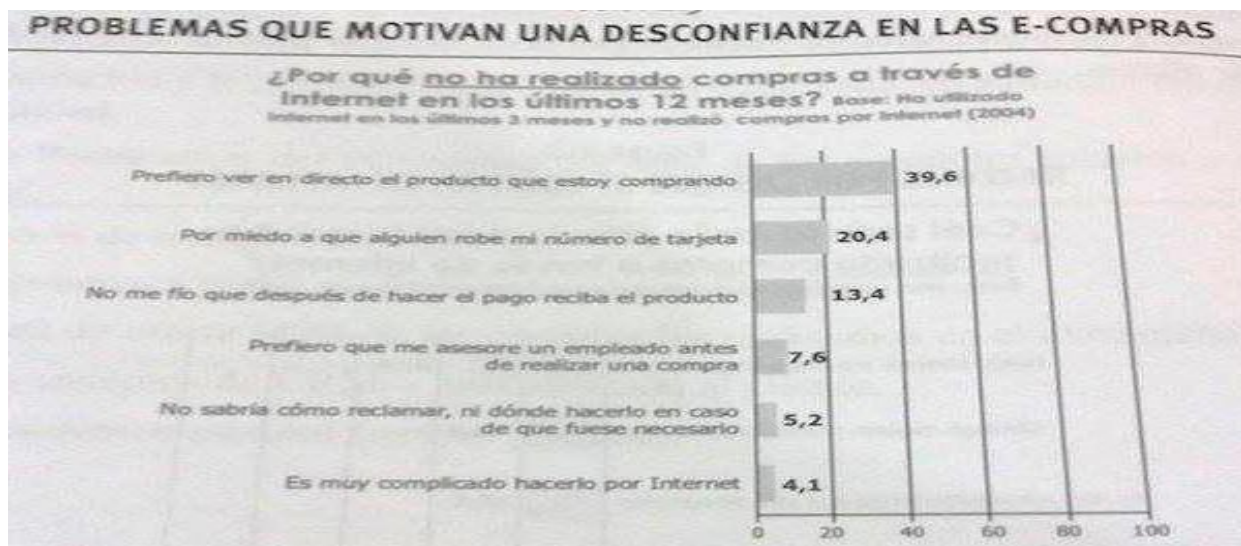
Algunos compradores tienen desconfianza al adquirir un producto en internet por temor a sufrir una estafa o el robo de sus datos bancarios y prefieren hacerlo de manera personal, para checar así la calidad del producto. (ALET, EL LIBRO DEL

COMERCIO

ELECTRONICO,

2007)

Razones para no comprar por Internet % sobre total de internautas no compradores (Año 2011)



Fuente: Fundación BBVA 2008

Ahora, ¿qué podemos hacer para los clientes no dejen de hacer la compra y no desconfíen?

- *Es muy importante explicar el proceso de la compra.
- *Incluir enlaces hacia el producto que haga más fácil la adquisición.
- *Incluir una foto del producto lo más real posible.
- *Incluir los gastos del envío y aclarar si el producto podría llegar en otro estilo o modelo sino estuviera disponible el que se pidió.
- *Incluir botones visibles para el seguimiento del proceso de compra.
- *Poner los datos de la empresa para cualquier aclaración.
- *Ofrecer múltiples posibilidades de cómo hacer el pago.
- *Anunciar las garantías y el cómo hacer una devolución del producto. (ALET, EL LIBRO DEL COMERCIO ELECTRONICO, 2007)

¿Qué se debe de tener en cuenta al crear una página en una red social?

Como primer punto saber que en las redes sociales es donde más pueden expresarse los clientes tanto de forma negativa como de forma positiva al ser un medio de mayor alcance. Obviamente si los internautas ven comentarios negativos se dejaran guiar por ellos, la única forma de evitarlo es hacer el trabajo o servicio que ofreces de la mejor forma.

Ofrecer la mejor calidad en cuanto a fotos del producto e incluir toda la información debida, actualizar la página de forma continua.

No abandonar la página y nunca comprar “seguidores” sino mejor ganarlos con trabajo y constancia.

Crear tu propio contenido. (Merca 2.0, 2016)

Dificultades del marketing en las redes sociales

En primer punto se encuentra la falta de experiencia y no saber crear buen contenido para la página, así como no usar un lenguaje adecuado en ella.

También un problema es no tener buena comunicación y persuasión que es lo que más les falla sobre todo a los emprendedores.

Perder demasiado tiempo en crear nuevo contenido y publicaciones y que al final no tenga el resultado deseado.

Las personas muchas veces solo usan las redes sociales para comunicarse con sus amigos y familia, pocas veces dan clic a un anuncio publicitario o desean hacer compras por internet.

Tampoco es bueno que las empresas se dejen guiar por sus seguidores porque eso no implica que todas esas personas vayan a comprarle más bien ayudan a hacer más conocida la empresa.

Un grave problema que ocurre en las redes sociales es como un usuario puede afectar la reputación de una empresa y como la demás población puede dejarse llevar por esa información. Si afectara a una empresa grande no habría mucho problema pero si fuera hacia una empresa local puede llevarlo hasta su cierre. (Merca 2.0, 2016)

CONCLUSIONES

El marketing en las redes sociales es muy beneficioso para las empresas ayuda a expandir su mercado por distintos puntos de forma local, nacional o internacional. Es una vía por la cual se logran múltiples ventas, para los usuarios es una herramienta sencilla de utilizar además de ser accesible y de esta forma pueden comprar cosas que de otra forma no pudieran hacerlo.

Se investigó también acerca de las dificultades con las que se encuentran quienes utilizan las redes sociales para dar a conocer sus productos y se encontró que puede haber quien no sepa utilizarla y no logre dar la imagen que quiere dar de su negocio o en su caso quienes terminen siendo el centro de atención, pero no de forma positiva sino siendo expuestos por aquellas personas que no quedaron conforme con el servicio.

Bibliografía

ALET, J. (2007). *EL LIBRO DEL COMERCIO ELECTRONICO*. ESIC.

ALET, J. (2007). *MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO*. ESIC.

castro, carlos. (2015). *Revista Comunicacion.org*. Recuperado el 05 de II de 2017, de http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n13/Resenas/R6_Castro-Marketing-2-0-El-nuevo-marketing-en-la-Web-de-las-Redes-Sociales.pdf

Emprende pyme.net. (s.f.). *Social media marketing*. Recuperado el 05 de II de 2017, de <http://www.emprendepyme.net/social-media-marketing.html>

emprendepyme.net. (s.f.). *Como medir nuestra campaña en redes sociales*. Recuperado el 05 de II de 2017, de <http://www.emprendepyme.net/como-medir-nuestra-campana-en-redes-sociales.html>

Marketing-xxi.com. (s.f.). *Las Redes Sociales*. Recuperado el 14 de II de 2017, de <http://www.marketing-xxi.com/redes-sociales.html>

Marketing-xxi.com. (s.f.). *Ventajas y desventajas del marketing directo*. Recuperado el 14 de II de 2017, de <http://www.marketing-xxi.com/ventajas-y-desventajas-del-marketing-directo-125.htm>

Merca 2.0. (05 de II de 2016). *Merca 2.0*. Recuperado el 11 de III de 2017, de <http://www.merca20.com/que-puede-danar-tu-reputacion-online-en-redes-sociales/>

UNIVERSIDAD DE LA SABANA. (25 de Mayo de 2011). *Redes sociales y marketing viral: repercusión e incidencia en la construcción de la agenda mediática*. Recuperado el II de 2017, de Palabra Clave: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1872/2448>