

Ideas Unas gafas nuevas sin salir de casa
Easyvz.es es la primera plataforma que permite comprar gafas graduadas por Internet. Con unos sencillos pasos, y siempre que se conozca la graduación de la vista, se pueden adquirir monturas de último modelo a buen precio.

Profesionales

Cómo venderse en Internet

Si quiere que sus clientes hablen de usted en la web apueste por el 'Buzz Marketing'

Para diferenciarse de la competencia hay que lograr la atención de los clientes. La clave son los 'blogs' y las famosas redes sociales.

Hace unos años, unos chavales británicos decidieron montar una banda de rock. Tocaban en bares y en pequeñas salas, y por las noches grababan maquetas para regalar a los asistentes. Éstos no tardaron nada en subir las canciones a sus blogs y páginas webs, y empezaron a compartirlas con otros usuarios. Los foros se llenaron de recomendaciones para escuchar su música. En pocas semanas, la banda se convirtió en una de las más escuchadas en la Red y las compañías se mataban por conseguir que firmaran un contrato. Estos chicos se llaman Arctic Monkeys, y fueron las primeras estrellas de la era iPod.

Lo mismo que lograron los Arctic Monkeys, se puede conseguir con cualquier empresa, siempre y cuando se siga una estrategia inteligente y las premisas de lo llamado Buzz Marketing, o lo que es lo mismo, utilizar las herramientas que nos ofrece Internet para hacer famoso nuestro producto.

Empecemos por el principio. No se puede lograr nada de provecho en Internet si no se tiene una buena web. Hace falta diseñar una atractiva y que no pese mucho. Hay que evitar las animaciones en flash (las pequeñas películas que acom-

SEIS CONSEJOS PARA PROMOCIONAR SU EMPRESA EN INTERNET



INTERLOCUTOR
La empresa debe contar con un interlocutor válido que controle los recursos de Internet, que conozca su uso y su lenguaje y que humanice el mensaje de la empresa.



ESCUCHAR
Escuche lo que piensa el cliente acerca de sus productos y servicios a través de las diversas herramientas para monitorizar lo que se publica en blogs y redes sociales.

AYUDA www.cluetrain.com
Lea el manifiesto Cluetrain. Le permitirá entender el nuevo paradigma para comunicarse con sus clientes a través de conversaciones sostenidas en Internet.



TRANSPARENCIA
No intente engañar a sus clientes, ni ocultar información en la Red, porque siempre le terminarán descubriendo.

LENGUAJE COTIDIANO
Utilice un lenguaje cotidiano y menos corporativo para comunicarse con sus clientes.



CRÍTICAS
Ábrase a escuchar críticas en un buzón de quejas. Muchas de ellas le dolerán, pero podrá utilizarlas para mejorar sus productos y servicios.

Hay que crear una web atractiva

pañan a algunas webs) y las tecnologías que obliguen a esperar mucho para poder ver la web completa. Es fundamental, además, que la página esté siempre actualizada con contenidos frescos. En ese sentido, incluir audio y video es una gran idea.

Acto seguido, hace falta dar de alta la web en el máximo número de buscadores (como Google o Yahoo) y etiquetar bien los contenidos, es decir poner palabras clave que sirvan para que los buscadores seleccionen su página. Hay empresas especializadas en estos servicios, como

www.hurm.com, que pueden ayudar a los más inexpertos. Otro punto importante es que designe a una persona de su equipo para que se encargue de la web, alguien que conozca el lenguaje de los foros y los blogs y que esté conectado con las últimas tendencias, para que el mensaje llegue en las mejores condiciones a los usuarios.

CON TODO ESTO, es momento de ponerse manos a la obra con el meollo del Buzz Marketing. Es la hora de entrar en blogs, foros y redes sociales (webs como MySpace o Neurona, que aglutinan a usuarios con un mismo interé-

rés) y enviar artículos y comentarios sobre sus productos. O utilizar los buscadores de foros (como los ejemplos junto al gráfico) para descubrir en qué lugares de la Red se habla de su empresa. Una vez allí, lo fundamental es saber escuchar. De las opiniones que recoja se pueden sacar muchos consejos para mejorar sus productos. No hay que intentar monopolizar la conversación o el foro, sino atender a lo que opinan los usuarios, y muchas veces serán muy críticos. Hay que aceptar las críticas. Y ante todo, decir siempre la verdad. Porque, ya se sabe, se pillan antes a un mentiroso que a un cojo. **CLAUDIO BRAVO**

¿Sabe dónde está Google?

Según el último estudio de uno de los gurús de los recursos de Internet, Jakob Nielsen, el 24% de los usuarios no sabe que el recuadro superior derecho de su navegador le dirige directamente a los servicios del buscador de Google. Uno de cada cuatro reconoce que aunque sabe que existe el buscador y sabe para qué sirve, cuando se sienta enfrente de la pantalla es incapaz de encontrar la manera de usarlo. Y una vez allí, dentro de la página de Google, muchos de los usuarios novatos tienen difi-

cultades para encontrar el concepto que andan buscando, o no les satisfacen los resultados que han logrado. Sí tanto porcentaje de población tiene problemas simplemente para encontrar Google, imaginen cómo son los resultados de otros buscadores como Altavista o AlltheWeb. Para evitar este tipo de problemas, Google puso en marcha www.thegoogle.com, una herramienta intuitiva para que las personas mayores y los inexpertos navegaran en el buscador.

Links básicos

TECHORATI. www.techorati.com. Con él se monitoriza en tiempo real lo que se dice de sus productos en las bitácoras.

COMMENTS. www.comments.com. Herramienta para seguir comentarios en blogs.

KEOTAG. www.keotag.com. Para el seguimiento de tags (etiquetas) en múltiples herramientas.

BOARDTRACKER. www.boardtracker.com. Para buscar conceptos en los foros.

GOOGLETRENDS. www.labs.google.es. Muestra los términos de búsqueda más populares.

BITSPRNET. Primera red social de profesionales de la comunicación y el marketing.

a+ aprendemas.com

llega la bebida que refresca tu mente

¡¡ Entra y elige tu sabor !!

