

→ **Internet**

Fecha: 3 de septiembre de 2009

## **LAS REDES SOCIALES OBLIGAN A LAS EMPRESAS A ESCUCHAR A LOS CONSUMIDORES**

La irrupción de las redes sociales supone una ventaja para las empresas que saben subirse al carro de la viralidad, pero también puede suponer un quebradero de cabeza para quienes descubren que los usuarios publican comentarios no favorables en internet.

Los blogs falsos creados por empresas que buscan parecer consumidores anónimos para autopromoverse suelen ser descubiertos y son muchos los casos de compañías que terminan retractándose para abrirse a las opiniones de verdaderos consumidores, según un artículo publicado el miércoles por el diario *El País*.

En la era de la web 2.0, la expansión de la viralidad supone un empuje barato y poderoso para las empresas pero es un arma de doble filo teniendo en cuenta que el boca a oreja se conforma, desde el punto de vista de los consumidores, como un modo fiable e informado de comprar.

Internet aporta la pluralidad que no tienen las fuentes tradicionales y deja obsoletos métodos como los comunicados de prensa tradicionales, que no tienen un alcance ni un interés global, como las redes de información que tejen los ciudadanos.

En este sentido la campaña de Obama marcó un hito en una tendencia ya en boga entre muchos anunciantes y líderes de opinión, la de basar la plataforma de comunicación en internet, eludiendo pagos innecesarios y conectando directamente con el público objetivo.

Sin embargo, la otra cara de la moneda es la ingente cantidad de información que se produce y que se publica sobre las empresas, sin que estas tengan ningún control, algo inimaginable hace 10 años que provoca que éstas deban abocarse para, por lo menos, estar al tanto de lo que se dice para poder contestar a sus clientes.

Para algunos expertos este cambio supone un reemplazo de paradigma anterior que da paso a una nueva realidad comunicativa donde las empresas ya no llevan la sartén por el mango pero se siguen produciendo excesos por ambas partes.



1999-2009 © MarketingDirecto.com

Dirección: Guzmán el Bueno, 21 - 1º Izqda. 28015 - Madrid - España

E-mail: [info@marketingdirecto.com](mailto:info@marketingdirecto.com)