

No reemplaza a un abrazo, pero puede provocarlo

## COMUNICACIÓN, MARKETING VIRAL Y REDES SOCIALES... EL CONTAGIO DESEADO

Por: *Liliana Ladrón de Guevara Muñoz*



**No hay duda que es un fenómeno mundial y que cada día son más y más quienes se unen a alguna de las diferentes redes sociales.**

**La teoría explica que para llegar de una persona a otra, sólo basta agregar o pasar por 6 contactos, con lo que cobra fuerza el dicho de que el mundo –o porque no decirlo el planeta- es un pañuelo.**

**Hacer publicidad, vender, difundir, situarse y existir, explican por qué día a día son menos quienes se resisten a explorar este universo y como de un juego “o moda social”, estamos asistiendo a una nueva necesidad del mundo globalizado.**

Si facebook fuera un país, sería el cuarto a nivel mundial con mayor cantidad de habitantes.

Sí, porque esta red social aglutina a personas de todas partes del planeta, de diferentes edades, gustos, creencias e intereses que a través de sus computadoras exploran el mundo de los demás, dando a conocer el suyo en búsqueda de intereses similares.

El crecimiento ha sido rápido. Hace un par de años comenzamos a escuchar que nuestros conocidos se reunían con sus ex compañeros de colegio, con sus amigos de infancia, o con los colegas del primer trabajo. Los encuentros eran simples pero motivadores, se compartían fotos, se recordaban historias con nostalgia y comentaban sus vidas para ponerse al día luego de perder el contacto que ahora retomaban gracias a internet.

Después los más jóvenes iniciaron una suerte de competencia por ser el de más amigos en la red (el perfil con más contactos) y poco a poco, a modo de detective privado, nos descubrimos, intentando recordar nombres para buscar a conocidos y saciar nuestra curiosidad que nos invita a escudriñar e intentar saber algo más, aprovechando el anonimato que permite esta plataforma virtual.

Pertenecer e integrarse. Historias simples, inicios sin mayores expectativas. Experiencias que no difieren mucho de cómo se han iniciado otros fenómenos, pero que en la actualidad transforman a Facebook, MySpace, Twitter y al español Twenty, en importantes herramientas ya no sólo de encuentro y socialización, sino también en instrumentos de posicionamiento, venta y difusión.

### **Empresas públicas, privadas, negocios, asociaciones, ONGs...TODOS a la RED**

Las redes sociales son mucho más de lo que a simple vista aparentan y se han convertido en fuentes de información global, en escaparates para la promoción de empresas y en segmentadoras de públicos objetivos para la realización de todo tipo de acciones de marketing y venta.

El Intercambio dinámico de sujetos que se identifican bajo los mismos gustos, permite que estos sean clasificados de manera rápida en grupos de consumo (mercado) y que así, los target logrados, respondan a estímulos, presentes en la red tanto de manera subliminar como a modo de publicidad evidente.

Así nace el concepto de comunicación y marketing viral, que puede ser definido como una estrategia que incentiva a los individuos para que transmitan rápidamente un mensaje comercial creando un crecimiento exponencial en la exposición de los mensajes.

Se trata de publicidad que se propaga así misma, al igual como lo hace un virus y que usa la red y los contactos de las plataformas para que sean los propios usuarios quienes hagan circular la información a quienes conocen y saben pueden interesarse por algún producto o noticia.

Y no hay duda... la táctica funciona y lo que antes era costoso para el marketing y se iniciaba con cuantiosos estudios de mercado, para vender a través de la clasificación de intereses, ahora la red lo entrega estructurado permitiendo que los mensajes lleguen de forma segura a quienes si bien han abierto sus perfiles para compartir fotos o buscar a amigos y aprovechan la plataforma para saciar sus gustos, aficiones e información de acuerdo a sus temáticas y necesidades.

Las características anteriores muestran cómo se consigue de manera mucho más fácil y rápida lo que las empresas han tratado de buscar siempre con procesos largos y costosos, que se resume en bases de datos, información sobre clientes que les sirve para producir lo que pide el mercado, además de llegar a públicos enormes y tener un espacio para mostrar su imagen y productos...en definitiva para posicionarse.

Pero hay que agregarle el componente económico, en el que las ventajas son evidentes. Todo lo que se ha dicho se hace con unos costos bajísimos, cuando los hay. Crear el grupo no tiene ningún costo, y los integrantes empiezan a multiplicarse si tienen interés en el área. Así, se establece comunicación directa, se les pueden mandar mensajes en los que se les informa de nuevos productos, lanzamientos, eventos y noticias en general.

Las instituciones, a través de la red, se muestran como un amigo más provocando cercanía, mientras al mismo tiempo dan a conocer su marca corporativa, promoviendo

sus productos. La ventaja está en llegar a personas que jamás contactarían físicamente por limitaciones geográficas o de cualquier otro tipo.

Se traspasan todas las fronteras: de lugar, raciales, religiosas, culturales, de lenguaje, de edad y de sexo. Unos amigos se conectan con otros y así sucesivamente, se convierte en una red de infinitos sentidos y posibilidades.

El fenómeno ha significado que en la actualidad no sólo las empresas se preocupen de tener su página web como herramienta de comunicación, ya es una necesidad contar y lo más importante, SABER ADMINISTRAR, las redes corporativas.

Los resultados están demostrados.... Y un ejemplo lo vivió el mundo en el área político con gran éxito... Todos querían sumarse al facebook de Barack Obama, durante su candidatura como presidente de los Estados Unidos y según los expertos, no hay duda que la cercanía provocada por este tipo de propaganda, fue una de las acciones importantes para obtener los resultados que hoy lo hacen ocupar el sillón de la Casa Blanca.

### **¿Cómo se trabaja el MKT viral?**

Porque el marketing viral es la mejor manera de comunicar sobre un producto o servicio sin pagar por publicidad y hoy es un interesante negocio en que la noticia tomada por los medios y transmitida boca en boca permite ahorrar dinero, sin necesitar ser un experto en comunicaciones aquí le ayudamos a lograrlo.

Como es un interesante negocio y no es complicado, lo primero es NO ABUSAR, ya que el riesgo de enviarse con las redes es muy alto y así como poco es malo... mucho también lo es y si los usuarios se sienten bombardeados rápidamente puedes ser eliminado.

No es un dato menor considerar que los usuarios de Facebook invierten más de 3.000 millones de minutos diariamente en actualizar sus perfiles y contactar nuevos amigos...si parte de ello se hace en horario laboral, las empresas deberán optar por eliminar las plataformas de los computadores de sus empleados.

Para realizar una adecuada estrategia de marketing viral, se deben tener presente:

1.- Ofrecer un producto o servicio de valor para sus prospectos. Gratis por supuesto que se use como carnada para conseguir ganancias en el futuro por la venta de otros servicios.

- La información y servicio debe ser muy definido y fácil de transmitir
- Escalable rápidamente (es decir que se pueda ir traspasando entre usuarios) por lo que no valen mensajes largos, pesados o complejos de comprender.
- Lograr su cometido utilizando los recursos de terceros (si mis contactos se apasionan con información relativa a la administración pública, por ejemplo, está claro que para parte de sus contactos (amigos) también la temática será de interés y el traspaso lo harán ellos, pero lo importante es asegurarse que estos usuarios derivados lleguen a interesarse directamente por buscarnos y sumarnos a sus propios contactos.

2.- Facilite un medio de difusión muy sencillo.

Recuerde que un virus se expande cuando es fácil de transmitir. El medio que lleve su mensaje debe ser fácil de transferir y replicar. Este puede ser el e-mail, un sitio web, un gráfico, o la descarga de un software.

Hotmail y todos los correos gratuitos incluyen un mensaje al final de cada email enviado, ofreciendo sus servicios a los receptores. "Consigue gratis tu propio email en..."

3.- Su servicio debe ser rápidamente escalable.

Si bien sobredimensionar un servicio (infraestructura, hardware, software) puede ser antieconómico, debe prever que el mismo sea rápidamente escalable. Cuando sus visitantes comiencen a utilizarlo, si este falla, la publicidad en contra puede destruirlo. Los mismos que lo ayudaron a "difundir la palabra" lo van a enterrar.

Importa por tanto la respuesta inmediata y rápida a las consultas y necesidades de los perfiles asociados a la cuenta.

4.- Recuerde que las redes –y sus plataformas- son un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos, una de sus características principales es la de gran capacidad de transmisión de información.

