



ÚLTIMAS NOTICIAS: Exportaciones cayeron 6,6% en febrero a US\$4.667,8 millones



ALTA GERENCIA Martes, Abril 9, 2013 to

¿Usted cuida su reputación en línea?

‘Todo le que diga puede ser usado en su contra’. Esta es una frase que hemos escuchado múltiples veces en películas de origen estadounidense. Hasta hace poco esta frase no pasaba de ser parte de la cultura de este país y de las películas que veíamos. Sin embargo, hoy en día la esencia de esta frase toma mucha relevancia en la era de internet y las redes sociales.

Tanto personas, como empresas, debemos empezar a cuidar lo que se denomina “reputación en línea”. Esto es así porque cualquier cosa que decimos o que otros dicen sobre nosotros, nos puede llegar a afectar. Los usuarios de internet, como colectivo, tienen una gran memoria, son altamente críticos y como se diría popularmente, “no dejan pasar una”. Por eso, todo lo que aparece de nosotros en internet, creado por nosotros o por terceros, nos puede perjudicar.

Aunque en medios y redes sociales es posible borrar lo que hemos publicado, el simple hecho de enviar información puede lograr registro de algo que hemos hecho. Un ejemplo de esto lo vi a finales del año pasado con la cuenta oficial de la Dian en Twitter. La persona que administraba esta cuenta, seguramente en una equivocación, envió el siguiente mensaje “Dios librame (SIC) de toda tentación!!! Que no afecte mi condición de célibe.” Más allá de la falta ortográfica, el mensaje causó mucho revuelo y muchos pantallazos aparecieron en otros medios, como Facebook. El mensaje fue eliminado de la cuenta de la Dian rápidamente, pero muchos usuarios dejaron registro del mismo y comentaron por varios días.

Como el anterior hay muchos casos en redes sociales. Recuerdo el de una pizzería que le respondieron a un cliente “es que hay que leer” o la de Unicentro, que poco tiempo después del accidente del niño en las escaleras eléctricas a través de la cuenta de Twitter decidieron hablar del concurso Miss Universo, algo que causó rechazo inmediato de sus seguidores.

En todos estos casos, dónde además se pueden eliminar los mensajes, el común denominador es que todo lo que decimos se puede volver en contra nuestra. Debemos ser muy cuidadosos con lo que hacemos en internet y además monitorear lo que otros dicen de nosotros en este medio.

Para lograr esto, hay varias pautas importantes. La primera es que debemos ser muy cuidadosos con lo que publicamos en este medio. Como empresas debemos definir políticas claras de qué puede y no puede ir. Segundo, generar mensajes con cabeza fría y no impulsivamente. Tercero, siempre hacer una corrección de ortografía y redacción. En este último punto, algunos navegadores web en ciertos sistemas operativos ofrecen el servicio de autocorrección, o sino usar Word o un programa similar antes de enviar el mensaje. Es muy feo ver estos horrores ortográficos, en especial de empresas muy serias. Por ejemplo, hace como un año mis amigos de Claro, en esa época Telmex, me respondieron por Twitter que “aremos (SIC) lo posible” y es el momento que no sé si es que van a arar un campo llamado posible.

Es cierto que todos nos podemos equivocar y que tarde o temprano lo haremos. Pero como usuarios, es muy poco lo que dejaremos pasar a las empresas. Por eso la importancia de este tema.

Muchas empresas cuentan con los llamados ‘Community Managers’ para administrar su

Lo + Leído

1. Correval se vuelve una banca de inversión regional
2. Petrominerales y Pacific Rubiales se destacaron en la jornada, Ecopetrol fue la que más cayó
3. Algunos licores, textiles y calzado no necesitarán permiso de la Dian para ser importados
4. Proponen alianza y no la fusión de UNE con Millicom
5. La firma Batsat traerá a Colombia nuevo internet satelital con costos 90% más bajos

Publicidad

presencia en redes sociales. Estas personas son el primer contacto en medios sociales y por consiguiente deben estar muy bien preparados. Agencias y otras empresas ofrecen estos servicios, que aunque pueden ser muy buenos, no los recomiendo. Cuando me preguntan sobre estos en clases y conferencias, siempre respondo que yo prefiero un 'Community Manager inhouse', que conozca a la perfección la empresa, sus operaciones, productos y ante todo, el día a día de la empresa. Esta persona debe vivir, sonreír y sudar la empresa. Si lo tercerizamos, esto será muy difícil de lograr.

Finalmente, es necesario aplicar un poco de sentido común. Por ejemplo, no comparta en redes sociales fotos que no desea hacer públicas, o mejor aún, no se deje tomar fotos (en lo posible), que puedan causar problemas.

Hacer lo anterior ayudará mucho y será más fácil controlar la reputación en línea de usted y su empresa.

Andrés Julián Gómez Montes

Consultor en Innovación y Estrategias Empresariales



Add a comment...

Post to Facebook

Posting as Andrés Julián Gómez ([Change](#))

Facebook social plugin

© 2013, Editorial EL GLOBO. Todos los derechos reservados. | Calle 25D Bis 102A-63 | 4227600 | Agencia Digital: imaginamos.com

[Comercio Exterior](#) [Alta Gerencia](#) [Finanzas](#) [Responsabilidad Social](#) [Infraestructura](#) [Consumo](#)

[Automotores](#) [Finanzas Personales](#) [Tecnología](#) [Multimedia](#) [Twitter](#) [Financiero](#)

[Agronegocios](#) [Asuntos Legales](#) [Foros LR](#)

[Contacto](#) [Suscripciones](#) [Páute con Nosotros](#)

[Aviso Legal](#) [Quiénes Somos](#)

Aplicación Blackberry

Móviles