

12 Indicadores de que lo estás haciendo bien en redes sociales

Aunque gran parte de las empresas ya están en redes sociales, esto no es sinónimo de que lo estén haciendo bien. Tan importante como tener una estrategia de Social Media es el saber evaluar los resultados. He aquí unos indicadores que pueden servir a la hora de averiguar si vas por el buen camino.

Los seguidores vienen a ti. Aunque al principio te costó arrancar, una vez conseguiste los primeros seguidores puedes comprobar que tu comunidad crece a un ritmo constante, lento pero seguro. Esto es sinónimo de que son usuarios realmente interesados en lo que les vas a decir.

Cuidas a tu comunidad como tu mayor tesoro. Te preocupas por saber qué opinan, cuáles son sus intereses y qué puedes ofrecerles para que quieran permanecer a tu lado.

Tus mensajes tienen repercusión. Sabes lo que les gusta y te esfuerzas por dárselo. Así consigues que tus acciones en redes sociales acumulen Likes, retuits o cualquier tipo de valoración positiva y tengan viralidad.

Tu comunidad interactúa contigo. Has conseguido que tu perfil sea un canal abierto a la conversación, que tus usuarios se hayan decidido a participar con sus comentarios y aportaciones. Éste es uno de los principales signos de que lo estás haciendo bien.

Estás consiguiendo tráfico web. Las redes sociales deben contribuir a aumentar tu volumen de negocio. Son un trampolín para tu marca y tus productos, que lleva directamente al interés por la compra, o a conocer más de cerca el producto. Aprovecha para darles un trato de favor, presentarles productos y ofertas en exclusiva; así harás que se sientan importantes.

Comparten tu contenido. Tus esfuerzos por generar contenido de calidad consiguen que tu marca traspase fronteras, visitando otros lugares 2.0, consiguiendo llegar a más gente y captando a usuarios interesados.

Te mencionan en redes sociales. Tú también estás cobrando importancia. Tu nombre comienza a sonar en los Social Media, acompañado de recomendaciones, o de la calidad de tu contenido, ampliando con ello la difusión de tu marca.

Incluso te preguntan. De repente te has convertido en una fuente fiable, pasas a solucionar dudas, y tu opinión es tenida en cuenta. Es un gran paso para mejorar tu reputación online y llegar a convertirte en influencer.

Haz conseguido generar engagement. El paso previo a la fidelidad, un estado ideal, donde puedes disfrutar de un trato más cercano con tus usuarios, quienes ya han caído rendidos ante tu marca y a quienes sigues sorprendiendo con novedades e información en primicia.

Recurren a ti directamente si hay un problema. Éste es un aspecto muy importante, que nunca debes descuidar. Ante una situación complicada, el que el cliente te dirija directamente sus dudas denota confianza, y evita que se dedique a manchar tu reputación online en perfiles extraños. De este modo tienes focalizado el origen del problema y puedes controlarlo, de tal modo que no pase de ser un hecho puntual, evitando de este modo que vaya a más.

Estás ahí para cuando te necesitan. Por lo arriba descrito, es importante que siempre puedan encontrarte, que atiendas sus peticiones y muestres cuánto te importan.

Tus hechos te preceden. Una buena gestión de tu reputación online será tu mejor carta de presentación. Incluso tu comunidad hablará en tu favor ¿qué más se puede pedir?