



Aprovechando las redes sociales para mejorar la experiencia del cliente

De acuerdo al consultor norteamericano, Dan Gingiss, ante el gran crecimiento del mundo de las redes sociales, la interacción entre empresas y consumidores en el espacio digital se ha vuelto una parte cada vez más importante del conjunto de la experiencia del cliente. Es por esta razón, que según Gingiss, las compañías deben:



Responder todas las menciones de los clientes en redes sociales (halagos, preguntas y quejas)


Responder de manera rápida y oportuna (idealmente antes de una hora)


Responder de forma personalizada, evitando repetir los mismos mensajes con distintos usuarios

¿Cuál es el incentivo para esto?

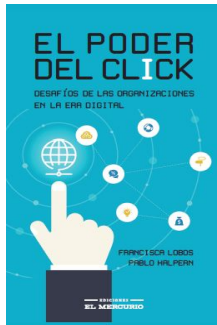

Responder a las menciones genera conductas de apoyo a la marca por parte de los clientes. Contestar un reclamo en las redes sociales aumenta el apoyo a la marca en un 25%, y no hacerlo lo disminuye en un 45%¹


Cuando las marcas responden oportunamente en Twitter, una de cada tres personas declara que es más probable que le compre más a esa empresa y un 43% señala que motivaría a otros a que compren sus productos²


Cada respuesta en redes sociales es una oportunidad para involucrar a los clientes y superar las expectativas que estos tengan sobre la empresa

▶ Responder a todos, de forma oportuna y con mensajes personalizados, es reconocer que las valoraciones de los usuarios en las redes sociales, tienen un impacto significativo en la reputación corporativa ◀

Novedades del centro



El Poder del Click: Desafíos de las organizaciones en la era digital

En el mundo globalizado, la modalidad online se ha transformado en una nueva forma de relacionamiento, lo que ha implicado un gran desafío para las empresas. De esta manera, obtener y mantener la confianza de las personas será la clave del éxito y dónde se fundará el verdadero poder del click.

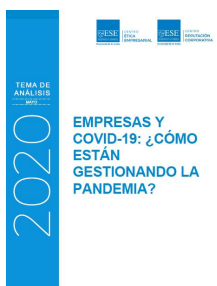
Ediciones El Mercurio
Disponible en librerías, Amazon y Google Play.
Para comprar el libro en formato eBook, haga click en uno de los siguientes links: [Amazon](#) o [Google Play](#)



Nuevo Pacto Social: ¿Qué se espera de la empresa?

Estudio que analiza las percepciones de los trabajadores con respecto al rol social que cumplen las empresas, antes y después del 18-O, identificando propuestas concretas para las compañías.

Para ir al informe haga click en el siguiente link [ver informe](#)



“Empresas y Covid-19: ¿Cómo están gestionando la pandemia?”

Informe realizado junto al Centro de Ética Empresarial del ESE Business School, que ahonda en la percepción de los colaboradores sobre la forma en que las empresas están gestionando la crisis sanitaria, identificando a partir de esto algunas recomendaciones.

Para ir al informe haga click en el siguiente link: [Ver Informe](#)



“¿Cómo están gestionando las empresas su reputación en el espacio digital?”

Estudio que busca analizar cómo gestionan las grandes empresas su reputación en las redes sociales e identificar los principales desafíos en esta materia.

Para ir al informe haga click en el siguiente link: [Ver Informe](#)

¡Síguenos en nuestro LinkedIn!

[Centro Reputación Corporativa ESE Business School](#)

¹ Jay Baer, Hug your Haters: How to Embrace Complaints and Keep your Customers (New York: Portfolio/Penguin, 2016).
² «Consumers Quick to Punish Brands Failing at Social Service», en la web oficial de Mycustomer, 1 noviembre 2013, <https://e-se.uandes.cl/750403/brands-failing-at-social-service/223577716838871151762V18aB4PvK0u0ajR1RW1h1qgY1AJ1xLADN1m1O1k>



Centro Reputación Corporativa
ESE Business School
Universidad de los Andes
www.e-se.cl