



Geraldine Alvarado
PMO Proyectos Cualitativos Vida de AREA XXI

Las redes sociales, un aliado empresarial

DESDE HACE UNOS 15 AÑOS APROXIMADAMENTE LAS REDES SOCIALES ESTÁN PRESENTES EN NUESTRO DÍA A DÍA Y SE HAN CONVERTIDO EN UNA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA LAS RELACIONES SOCIALES. NO SÓLO LO ES PARA LA GENERACIÓN Y (LOS FAMOSOS MILLENNIALS, NACIDOS DESPUÉS DE LOS AÑOS 80, QUE SON LOS PRIMEROS SERES DIGITALIZADOS E HIPERCONECTADOS) Y GENERACIONES POSTERIORES, SINO TAMBIÉN PARA GENERACIONES QUE LES PRECEDEN (X Y BABY BOOM). TODAS ESTAS GENERACIONES UTILIZAN LAS REDES DE FORMA DISTINTA, PERO SE PUEDE DECIR QUE CASI TODA LA SOCIEDAD ESTÁ HOY EN DÍA CONECTADA.

Actualmente, vemos más perfiles de empresas y/o profesionales en todas o en las más importantes redes sociales promocionando sus productos, pero ¿por qué el cambio?, si antes la publicidad en radio, televisión y en papel era suficiente... Esto se debe a que nuestra forma de consumir ha cambiado, nos hemos visto inmersos en el mundo digital, haciendo gran parte de nuestras gestiones diarias por internet, por ejemplo, si necesitamos información de una empresa, buscamos su web o su red social.

Las redes sociales han dejado de ser sólo una red de interacción personal y poco a poco se están convirtiendo en una plataforma más comercial y el sector del seguro no se ha quedado atrás, cada vez son más las entidades aseguradoras y consultoras que están presentes en las redes sociales, utilizando esta herramienta como gestor comercial, para aumentar el alcance e interacción con usuarios nacionales e internacionales, tomando mayor relevancia debido a la situación sanitaria que estamos viviendo. En esta carrera tan competitiva del seguro, cambias o te quedas atrás, tienes que evolucionar y adaptarte a la nueva era digital y perfil de los clientes.

El sector asegurador aumenta el uso de las redes sociales con el fin de acercarse a sus clientes y/o clientes potenciales, promoviendo dentro de la estructura organizacional la figura del 'community manager'. Si se tiene buen control en la gestión, contenido y en la seguridad informática de las

redes sociales, estas serán un gran aliado en la gestión comercial, ayudando al posicionamiento de la empresa dentro del mercado, y es este uno de los 'Retos' del sector asegurador para los próximos años.

Los beneficios de utilizar las redes sociales en el entorno empresarial son muchos, que no alcanzaría este artículo para mencionarlos. Sin embargo, destacamos la atención más rápida y personalizada al público objetivo (intercambiando comentarios, recomendaciones, likes...), optimización de las campañas comerciales, apoyándonos en la segmentación, promocionando distintas actividades que realiza la empresa, pero sobre todo mayor visibilidad, dando como resultado llegar a más público, disminuyendo costes.

No todo es positivo, existen muchos riesgos al utilizar las redes sociales en el sector empresarial, errores en contenidos publicados, ataques informáticos, pérdida de información sensible, quejas y/o reclamaciones, entre otros, afectando la confianza que se tiene a la empresa. Este riesgo es conocido dentro de la Gestión de Riesgos como el 'Riesgo Reputacional' siendo uno de los de mayor relevancia en nuestro sector, además de las pérdidas financieras que podría provocar el daño.

¿Nos imaginábamos que las redes sociales iban a ser algo más que un ¡Hola!? Como dicen algunos, si no tienes redes sociales no existes... Además estás perdiendo la oportunidad de dar a conocer tu negocio y crecer.

“
En esta carrera tan competitiva del seguro, cambias o te quedas atrás, tienes que evolucionar y adaptarte a la nueva era digital y perfil de los clientes
”