



Leonard Pera,

MIEMBRO COMISIÓN TELECOMUNICACIONES AUTELSI.
AUTOR DEL LIBRO "SOCIALCOMMERCE,
100 CONSEJOS PARA VENDER EN INTERNET"

TENDENCIAS / Nuevos servicios Internet -Opinión

Presencia en Internet, elemento esencial

En Internet como en la vida no hay que estar por estar. Hay que estar para algo, en el caso de una empresa para sobrevivir, crecer, aportar rentabilidad a nuestros accionistas, y valor a la sociedad. Todo eso no lo podemos hacer sin generar ventas para nuestra compañía así que al final todas las empresas deben incrementar sus ventas, dentro y fuera de Internet. Internet influye hoy en día en todas las decisiones de compra. Si hemos dicho todas, el comercio electrónico crece a dos dígitos desde hacer uno años y se sitúa como uno de los sectores más dinámicos de nuestra economía así que es muy posible que la presencia de nuestra empresa en Internet esté enfocada al comercio electrónico ahora o lo vaya a estar en un futuro cercano. Sin embargo la presencia en Internet acaba influyendo también en las decisiones de compra que se realizan al margen de la red. Recibimos información sobre productos, sobre competidores, comentarios de usuarios. En algunas franjas de edad Internet es el primer origen de la información que recibimos, por encima incluso de la televisión. Ahora ya no ocurre como antes que la información de la red la consideramos como menos veraz que la que leemos en papel. Ahora valoramos la información de Internet sobre todo porque en la mayoría nos llega a través de amigos o conocidos y la consideramos no contaminada por elementos comerciales. Como en la vida misma, valoramos más las recomendaciones de nuestros amigos que la publicidad. Por eso, la presencia en Internet se ha convertido en un elemento esencial de cualquier estrategia de comunicación de la empresa. Es muy importante saber cuáles son los objetivos a conseguir y a qué público nos dirigimos,

no se trata de estar por estar, se trata de estar para algo. Muchas empresas han cometido errores de bulto al enfocar su presencia en Internet desde un aspecto tecnológico. La tecnología supondrá nuestra ventaja competitiva si la sabemos utilizar bien y que nos ayude a establecer esa relación de intimidad que queremos con nuestros clientes. Sin embargo la tecnología es el medio y no el fin. Nuestra presencia debe ser coherente con nuestra presencia offline, hay ciertos elementos que nos permitirán ajustar el mensaje al medio en el que estamos transmitiéndolo pero el mensaje que daremos en nuestra presencia en Internet debe ser coherente con la imagen de marca fuera de la red. Lo contrario crea una disonancia que nos quita credibilidad. Primero busquemos a donde queremos llegar y luego preocupémonos de cómo llegar, necesitaremos sistemas de hosting, una seguridad acorde con la importancia que el tema tiene para nosotros, busquemos desarrollos que sean interoperables, flexibles y escalables. Integremos nuestra presencia online con el ERP, el CRM, y los elementos que consideremos necesarios según nuestra estrategia. Por otro lado las soluciones SaS y Cloud Computing que tan extensamente se han tratado en el seno de Autelsi nos permiten ajustar la inversión a las necesidades que vayamos teniendo, de tal forma que el departamento IT pueda dar una solución más adecuada. Y una vez establecida esa presencia démosle vida, no hay nada más triste que una web des-actualizada y solamente informativa donde no existen cauces de interacción. Estamos en el año 2013, Internet es social y nuestros clientes esperan establecer una conversación con nosotros. Nuestra presencia en Internet es nuestra ventana al mundo. ♦