

# Reputación Online

Martin Enriquez  
CEO - SocialMetrix

Social**Metrix**  
.....

Acciones  
+  
Percepción

---

**Reputación**



Comunicar



Dialogar

# Fitti Weblog

TODO EL MUNDO DEBE CREER EN ALGO. YO CREO QUE TOMARÉ OTRA COPA

## Odio los móviles

El iphone es una mierda

### El iphone es una mierda

Ja, Pense que iba a ser bueno, pero como todo lo de apple, como es "lindo" y marketineable, sale muchisimo más que algo de otra marca que funciona mejor.

**Pros:**  
*Slim, light, good battery, visual voicemail*

Como ya he hab  
de meses si lleg  
el primer día es  
Primero pensab  
es más, cargab

Por otro lado, mi  
encender y se e  
conecto el cable

NEW AR  
www.more-t

suppose to "revolution  
applications (yeah, I he  
2.0 works on Windows

Also, I can't believe you

When I heard Apple say  
cool phone. Now, I just  
years from now this ov

Caso No. 10340

21/ 05/ 2008

Compañía: Peugeot



★★★★☆ 4.5 pts.

## Peugeot 206, una basura, un auto de juguete! (Mérida, Yucatán, MEXICO)

Vehículos / Automóviles

Por: xicazen

Mérida, Yucatán, MEXICO

Visto  1892 veces. Reenviado  1 veces



**¿Eres la  
compañía  
afectada?  
Haz click aquí**

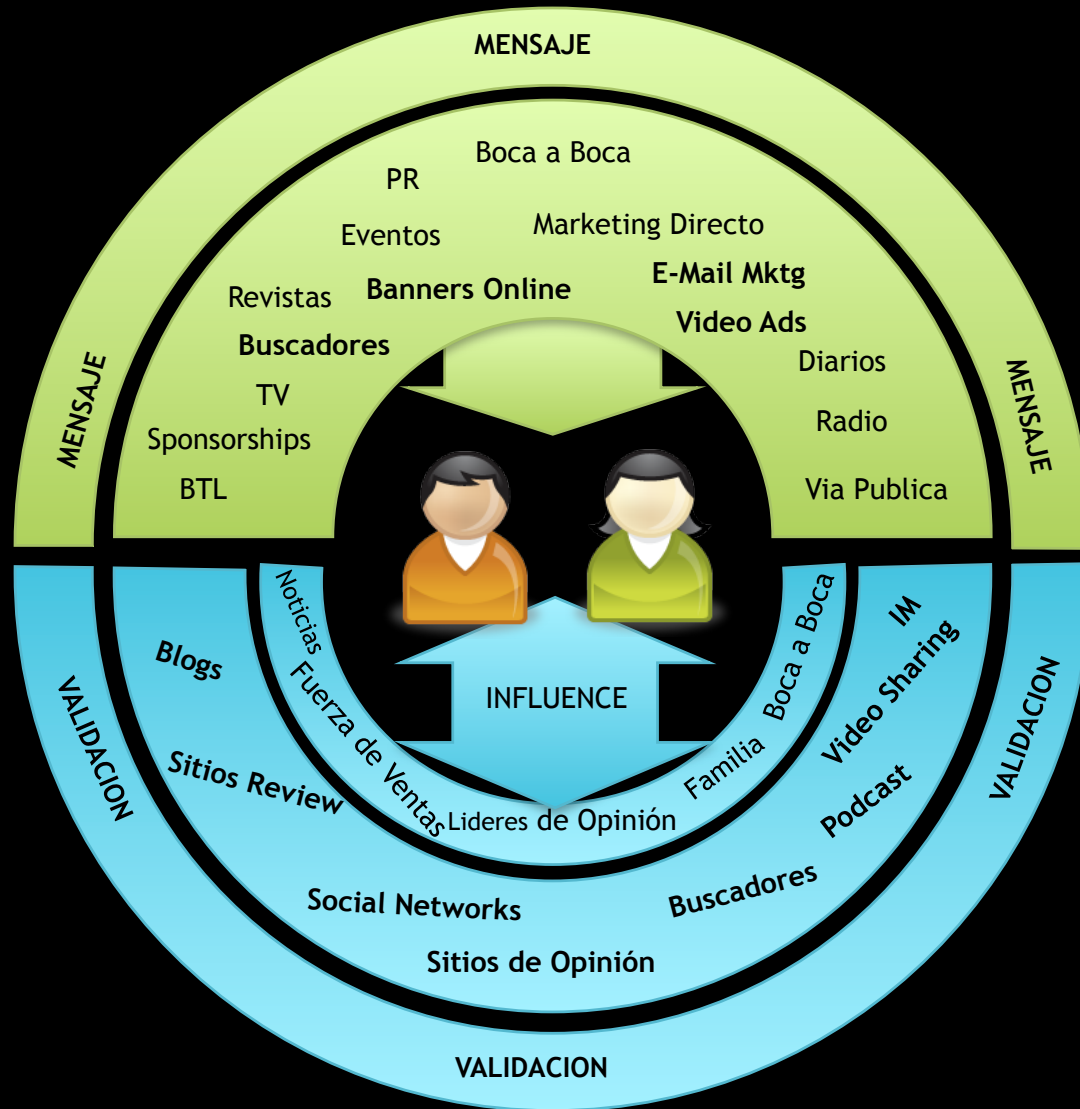
Tengo un Peugeot 206 2005 y desde que lo adquiri he tenido una serie de problemas que acontinuacion se los voy a mencionar desde nuevo:

1-falla el aire acondicionado a los 3 meses de comprar el auto, entra a la agencia Peugeot de Merida Yucatan "Meridien" y le recargan el gas y dicen que era todo el problema.

Acciones  
+  
Percepción

---

**Reputación**



# Esto es lo que está sucediendo...

**87%** de los usuarios online son parte de comunidades online.

(ACNielsen)

**85%** de los compradores realizan previamente la búsqueda en Internet.

(BIGresearch)

**70%** de los usuarios de Internet de Argentina, Brasil, Chile y México utiliza Redes Sociales.

(ACNielsen)

**55%** de los usuarios de Internet dice que “la mayoría” ó “toda” la información disponible en Internet es confiable.

(UCLA)

**92%** de los usuarios con mas de 1 año de uso de Internet consideran la red como la principal fuente de información para sus decisiones de compra.

(eMarketer)

15 Sep 2007, 01:14 AM #1

**RKM**  
A lo hecho... pecho!



Registración: Jul 2005  
Ubicación: En la Fabrica de Chocolates  
Mensajes: 654

**Cuidado con SAMSUNG**

Bueno, como ya postie antes, sigo con mis problemas con la garantía de mi Monitor LCD SAMSUNG 206NW.

Les resumo un toque la historia:

Compre el moni en FRAVEGA! (GRAN ERROR!!! Nunca compren, o si lo pueden evitar mejor) a los dias de tenerlo noto interferencia, mucho ruido en la pantalla.  
Lo lleve al servicio tecnico de la marca, me dijeron que era un problema de la placa principal, que iban a pedir el cambio del repuesto. A los varios dias sin novedades, me dicen que no estan mandando los repuestos, y comienzo a hacer los reclamos al 0800 de SAMSUNG!. En donde te atienden unos panamenios que la verdad no tiene idea de nada.

Los dias pasan, y con una carta documento en la mano, consigo el telefono de las oficinas de aca de Samsung. Llamo, les cuento la situacion y me dicen que me van a dar uno nuevo, que me quede tranquilo, y que como el tramite puede tardar como mucho 20 dias, me dan un CRT de 17 mientras tanto.

Esto ultimo fue el 17 de Julio si mal no recuerdo.

Desde esa fecha hasta la actualidad, NO TENGO EL MONITOR QUE COMPRE Y PAGO TODOS LOS MESES!

Samsung me dice que no tienen stock para hacer el cambio (pero ponen monitores para el torneo de Warcraft, sin ofender a nadie), Que se estan mudando y estan con problemas de organizacion, etc, etc, etc.

Este miercoles tengo que ir a DEFENSA AL CONSUMIDOR, en donde, hace mas de una semana, hice la denuncia y tengo que ir a la citacion con la gente de la marca. Espero que de una vez por todas se solucione y me den una respuesta.

Cuando tengan que comprar muchachas, vean bien la garantía. Y ya conocen **SAMSUNG**. y para mi es una mara **NO RECOMENDABLE**.

Les dejo alguna data:

**Numero telefonico Atencion al Cliente de Samsung de ARGENTINA (por si problema) 5789 - 5127**

No se me ocurre nada inteligente que decir  
Mejor no digo nada

**::: ODIO A SAMSUNG :::**

**::: ODIO A SAMSUNG :::**

**1er Mensaje Posteado:  
15/09/2007**


**Cantidad de Respuestas: 73  
Cantidad de Visitas: 2,000 +**

**Ultimo mensaje a la Fecha:  
24/04/2008**

**Contactos de la marca: 0**

24 Apr 2008, 04:39 AM #73

**Pirín**  
soy menos que nada



Registración: Feb 2004  
Ubicación: Ciudad de Brahma  
Mensajes: 886

Hola...

Leí solo hasta la mitad del thread por la hora que es, pero quiero comentar un par de cosas, porque sino después es muy probable que me olvide :S

En este tipo de casos, cuando un producto falla al poco tiempo de haberse comprado, hay que exigir el cambio por uno nuevo, de iguales características, o en su defecto ante la imposibilidad de el cambio por el mismo, por uno mejor. En la anterior ley estaba discutido cual era el plazo por el cual podías hacer esto, algunos pensaban que era durante los primeros 3 meses posteriores a la compra; la actual ley no la manejo tan bien aún, pero por lo que he leído tampoco aclara expresamente esta cuestión.

Con respecto a quienes se tienen que hacer cargo de la garantía, la repuesta es TODOS. El vendedor, el fabricante, importador, distribuidor. Todos son solidariamente responsables (le puedes reclamar el total de la obligación a cada uno, en forma simultanea).

Así que en este caso Fravega es tan responsable (desde tu optica al menos) como Samsung. En todo caso ulteriormente las empresas podrán hacerse reclamos entre ellas.

Alguien comentó que en el reclamo ante defensa del consumidor (que en si se denomina "denuncia" y no demanda, aunque es una cuestión más que nada terminologica) solo te puedes circunscribir al objeto de la compra (en este caso), sin importar factores como tiempo, gastos, etc. Esto NO es así.

La ley no limita la petición. En si el denunciante podría pedir casi cualquier cosa (es más que obvio que tiene que ser algo razonable, porque si pedis el 10% de las acciones de Samsung nadie se lo va a tomar muy en serio).

Si el problema te ocasionó perjuicios, como gastos en llamadas telefónicas, transporte, etc, uno puede hacer una petición ajustada de acuerdo a esas erogaciones y molestias, que en todo caso será materia de discusión en la audiencia conciliatoria.

En si lo que se efectua es una especie de negociacion entre las partes, por lo que yo recomendaria siempre pedir de mas (sin ser exagerados tampoco), para poder acercarse despues a algo mas razonable.



Que hacer?



**Escuchar!**



**Involucrarse**



**Cómo?**

## **Encontrarse Online**

Presencia online en todos los puntos de contacto, especialmente en buscadores

## **Dialogar con los consumidores**

Aumentar la presencia en Medios Sociales y sitios de nicho donde las personas interactúan

## **Crear una reputacion positiva**

Convertir a los influenciadores en  
“representates” de la marca.

**Se trata de...**

**Escuchar** a los consumidores

**Influenciar** a los influenciadores

**Conectarse** con los clientes

**Administrar** el feedback de los consumidores:

- **Participando** homogénea y coherentemente
  - **Dialogando** positivamente
- **Documentando** para **aprender**

**Importante!**

No podemos comunicarnos...

Si no aprendemos a escuchar...

# Como hacemos para escuchar?

## **Observando**

(Google Blog Search, Technorati, Blog Pulse, Google News)

Share of voice

Fuentes de información

## **Analizando datos con herramientas simples**

(Google Trends, Twitter, Digg)

Evolución

Comparación

# Como hacemos para escuchar?

## Monitoreando

(SocialMetrix (ESP), Radian6 (ENG), BuzzMetrics (ENG))

Mesurar menciones

Determinar opiniones positivas vs. negativas

Identificar las fuentes mas influyentes

Identificar los actores mas influyentes

Entender las necesidades

Involucrarse asertivamente

Detectar conflictos antes de las crisis

Obtener información sobre la competencia

**La verdad es que...**

**El online ya es un riesgo para la marca**

Los rumores se propagan...

Los comentarios online son mas “extremos”

Los medios sociales (principalmente Blogs)  
influencian a la prensa, la radio y la TV

## Puntos Clave!

Transparencia

Honestidad

Velocidad

Flexibilidad

**La reputación se contruye con  
el dialogo**

**Para dialogar tenemos que  
aprender a escuchar**

