

# Reputación en Internet

Sebastián Almada  
Director TercerClick



ayer

en internet nadie  
sabía quién era  
quién

se leía en forma  
anónima y pasiva



las cadenas de  
mails eran LA  
MANERA de  
intentar hacerse  
oir

la única forma de compartir contenidos  
era 1 a 1 (mail, mensajeros)

# hoy

dejamos nuestra  
huella en internet

con cada aporte  
de contenido,  
dejamos nuestro  
nombre, blog,  
perfil, link



el mail empieza a  
perder fuerza  
como herramienta  
de comunicación

El contenido se postea, se  
linkea, se comenta, se  
comparte

hoy



...los usuarios conversan

# aplicaciones 2.0 = fuertes herramientas de comunicación



dice más de vos tu facebook  
que el auto o las zapatillas  
que usás

# las marcas en el contexto 2.0



al ser usuarios comunes quienes generan el contenido, las marcas están expuestas permanentemente a ser parte de ese contenido, tanto en forma positiva como negativa

# el riesgo



la reputación que llevó años construir,  
puede ser destruída en muy poco tiempo

por donde empiezo?



lo primero que hay que hacer es no darle la espalda a los nuevos medios, negando de ese modo la nueva realidad

pero...por donde empiezo?!



el monitoreo permanente es imprescindible  
para poder tomar medidas rapidamente



# el monitoreo

Existen varias herramientas basadas en buscadores y feeds que nos permiten estar al tanto de lo que se dice de nuestra marca en los posts, comentarios, conversaciones, redes sociales.

Pero es muy importante poder analizar dicha información. Ya que no es lo mismo un post en un blog personal con 10 familiares del autor que lo visitan diariamente, que un blog con 300 mil visitas mensuales.

Por eso a dicha información no solo hay que categorizarla y taguearla, sino también analizarla cualitativamente para saber que tanto puede perjudicar a la marca. En este camino, existen desarrollos que facilitan la búsqueda y el análisis de la información.

# y los buscadores?

más del 80% de los usuarios, busca información de un producto antes de comprarlo



pero eso solo no alcanza si los actuales clientes están conversando negativamente en un blog / foro / red social

que aparezca información negativa en los primeros puestos, repercute directamente en la reputación de la marca

se puede trabajar en search para que los primeros puestos contengan información positiva

# monitoreo...está todo mal...que hago?!!

realizar un trabajo de relaciones públicas con los blogs más influyentes

intentar contactar a los usuarios que se quejan para poder resolverles su problema



realizar campañas publicitarias en nuevos medios para acercarse a los usuarios

ingresar a las conversaciones, tomando todos los recaudos posibles

Generar contenido propio de la marca para ubicarlo en los primeros puestos de las búsquedas (blog propio)

pero lo más importante en todo lo que  
hagamos, es...

NO  
MENTIR

pero lo más importante en todo lo que  
hagamos, es...

NO  
MENTIR

# un caso de tercerclick

## Análisis al 11/9

Septiembre 11th, 2008 by cpc | Postad in [Análisis](#), [Arnet](#), [Flash](#) |

Menciones en Cable al 11/9

Menciones de Internet al 11/9.

**Positivo:** Se hace referencia a Publicidad, Promociones, Calidad de servicio, Auspicios, RSE, etc.

**Neutro (verde claro):** Cuestiones políticas, Monopolio, Fusión, Triple Play, Ley de Radiodifusión, TV Digital, consultas de los usuarios, o comentarios sobre modems, routers, etc.

**Negativo (rojo):** Relacionado con la prestación del servicio o la valoración de los usuarios.

**Destacados:**

Continúa en activo el sitio **Quejas Fibertel**, pero tiene pocos comentarios.

Un usuario **asegura** que Fibertel limita el p2p, y pone unos ejemplos para demostrarlo. En los comentarios, los usuarios comparan el servicio con el de otras empresas.

También **quejas** por la calidad de servicio y atención al cliente.

Continúan los **reclamos** porque no llegan los mails a destino.

Un usuario, que asegura que la empresa limita el p2p y se queja por la calidad de servicio, **explica** cómo hacer para conseguir un mejor precio pidiendo la baja.

**Speedy: quejas** de bloques puertos de Bittorent.

A los usuarios los irrita mucho cuando el servicio técnico de todas las empresas, brindan, como única solución "prender y apagar la computadora". **Aquí** un ejemplo sobre Speedy.

**Arnet: Queja** por Atención al cliente.

Un usuario **cuenta** que Telecentro los dejó sin servicio para digitalizar la línea.

**Cablevisión:** una usuaria **explica** que le cortaron el servicio por una deuda del inquilino anterior.

**Multicana:** Un usuario **se queja** que le cobraron el pack de fútbol, aunque no hubo partidos.

**Dejá tu comentario**

### Monitoreo de Blogs

realizado por:

 

**Tags**

Atención al cliente  
Aumento de la tarifa  
**Calidad de servicio**  
Dar de baja DNS Facturación  
Fusión Grilla de programación  
Lanzamientos Modem Monopolio  
**Negativo**  
Novedades de telecomunicaciones  
Nueva señal Precio  
Problemas de conexión  
Problemas de navegación  
Problemas técnicos Promociones  
Publicidad Servicio de Internet  
Servicio técnico Sin servicio  
Triple Play Velocidad

**Archivo**

- Septiembre 15, 2008-Septiembre 21, 2008
- Septiembre 8, 2008-Septiembre 14, 2008
- Septiembre 1, 2008-Septiembre 7, 2008
- Agosto 25, 2008-Agosto 31, 2008
- Agosto 18, 2008-Agosto 24, 2008
- Agosto 11, 2008-Agosto 17, 2008
- Agosto 4, 2008-Agosto 10, 2008
- Julio 28, 2008-Agosto 3, 2008
- Julio 21, 2008-Julio 27, 2008
- Julio 14, 2008-Julio 20, 2008
- Julio 7, 2008-Julio 13, 2008
- Junio 30, 2008-Julio 6, 2008
- Junio 23, 2008-Junio 29, 2008
- Junio 16, 2008-Junio 22, 2008
- Junio 9, 2008-Junio 15, 2008
- Junio 2, 2008-Junio 8, 2008
- Mayo 26, 2008-Junio 1, 2008

**Categorías**

- Análisis (13)
- Cablevisión (250)
- Competencia (641)
  - Arnet (258)
  - Speedy (344)
- DirecTV (62)
- FiberTel (233)
- Flash (62)

- monitoreo 2.0 de marcas propias y de competencia

- la información es categorizada (marca) y tagueada (problema/tema), y subida a un blog

- semanalmente se sube toda las búsquedas junto con análisis de información (publicaciones Positivas, Neutras, Negativas / destacados de la semana)

- servicio de RRPP con los blogs más influyentes

SIEMPRE INTENTANDO LLEGAR A TIEMPO A LOS PROBLEMAS Y CORREGIR

# sebastián almada



## blogs que leo:

[eblog.com.ar](http://eblog.com.ar)

[soncosasmias.blogspot.com](http://soncosasmias.blogspot.com)

[thedigitalmarketingblog.com](http://thedigitalmarketingblog.com)

[hablaloconmiabogado.blogspot.com](http://hablaloconmiabogado.blogspot.com)

[quelapaseslindo.com.ar](http://quelapaseslindo.com.ar)

[sinserif.blogspot.com](http://sinserif.blogspot.com)

[puntogeek.com](http://puntogeek.com)

## redes sociales que uso:

Linkedin (/in/sebasalmada)

facebook

Twitter (/sebbas)

mail: [salmada@tercerclick.com](mailto:salmada@tercerclick.com)

blog: [tercerclick.com/blog](http://tercerclick.com/blog)

