

# ¿Cómo aprovechar el Facebook en los negocios?

Esta red social está demostrando su efectividad en impulsar el mercadeo y revolucionar la relación entre las empresas y los consumidores.

Lo que empezó casi en plan de juego, como un vehículo para la comunicación y la diversión en la Universidad de Harvard, hace cerca de cinco años, es actualmente un gigantesco fenómeno de masas que ha hecho realidad para millones de personas los beneficios de la pertenencia a redes sociales virtuales.

Las redes de Facebook, MySpace o Twitter están cambiando la forma como se desarrollan las relaciones entre las personas, y será difícil estar al margen de esta transformación.

Ahora los políticos recurren cada vez más a Internet para acercarse a los votantes, como ocurrió en la campaña de Obama. También el

Papa no se escapa de este fenómeno y él quiere ser tu amigo en Facebook, ya que, en su mensaje por la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales 2009, su Santidad Benedicto XVI propone un tema de discusión muy actual: Los “amigos” en las redes sociales de Internet y las relaciones interpersonales en los nuevos medios electrónicos.

En los negocios, las posibilidades de Facebook pueden ser extraordinarias, y en los países latinoamericanos más empresas han empezado a experimentar en este medio.

Se estima que el número de usuarios peruanos en Facebook creció en más de 200% en el 2008.

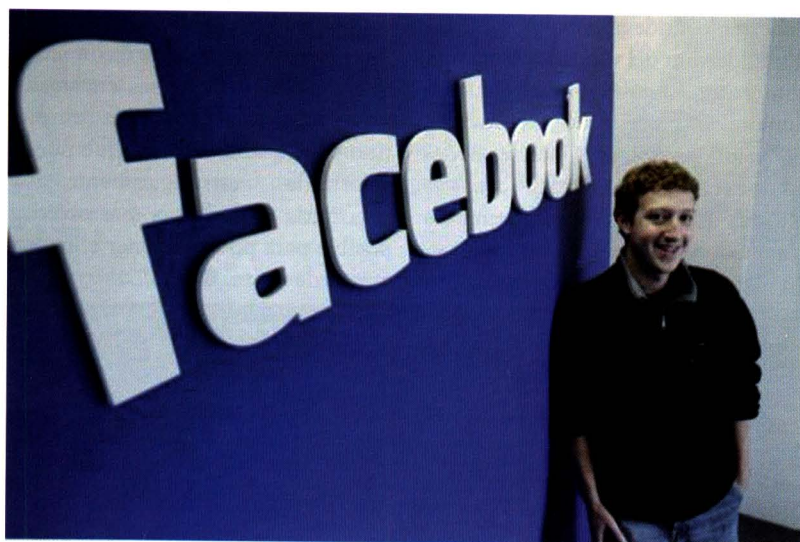
A nivel mundial, Facebook (que se cotiza en cerca de US\$ 15 mil millones) sobrepasó los 200 millones de usuarios a marzo de este año. La velocidad de crecimiento de esta red social deja perplejos incluso a sus más fanáticos seguidores, pues apenas en agosto del año pasado había superado los 100 millones.

La firma analista de mercados RBC Capital estima que el número de usuarios de Facebook sobrepasará los 500 millones para el año 2011. Esto implica que Facebook, creado en 2004, podría conectar a más del 10% de los habitantes de la Tierra antes de haber cumplido los diez años de edad, destaca el portal Dinero.com.

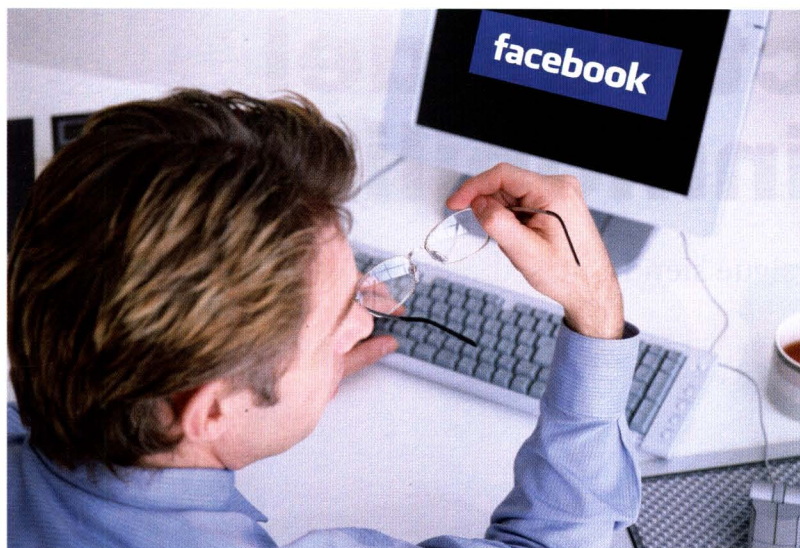
## VENTAJAS

¿Cuáles son las ventajas de esta red? La red social permite a sus usuarios colgar avisos publicitarios y promocionar la página web de sus empresas o marcas. De este modo, los amigos de una persona y los amigos de sus amigos se enteran de su negocio.

Los emprendedores que han empezado a utilizar este medio electrónico están cada vez más entusiasmados, porque en pocos días se elevan las visitas a su portal de Internet y mucha gente les hace consultas por e-mail sobre lo que ofrecen.



Facebook fue fundada por Mark Zuckerberg en 2004, mientras estudiaba en la Universidad de Harvard.



La red permite a las empresas cruzar variables tradicionales, como edad o nivel socioeconómico, con otras más idiosincráticas de las personas, como la afición por un equipo de fútbol o la preferencia por un programa de televisión para crear estrategias dirigidas a micro-nichos en el mercado.

Las empresas también pueden crear canales directos y de doble vía con sus clientes. “En estos medios, las personas están acostumbradas a decir lo que quieren, lo que les gusta y lo que no les agrada de una marca. Es como armar una charla con amigos en la sala de la casa”, explica Carlos López, presidente de ValueTail.com, empresa que desarrolla aplicaciones para Facebook en Colombia.

Es decir, las empresas deberán dejar de verse como vendedoras y pasar a actuar más como anfitrionas de una conversación. Si tienen suficiente sensibilidad para aprovechar este medio, podrían llegar a adaptar los productos a las necesidades y los gustos más individuales de sus consumidores, destaca Dinero.com.

Algunas empresas grandes están experimentando en este terreno. Visa inició el año pasado su Visa Business Network, una aplicación que permite a pequeñas y medianas empresas conectarse con otras organizaciones,

encontrar nuevos proveedores, y conversar con expertos sobre temas que las afectan diariamente.

Compañías como Coca-Cola, Microsoft, Dell, Ernst&Young, JP Morgan, Xerox e Intel han comprendido el valor de Facebook como generador de negocios y han comenzado a crear estrategias para acercarse a sus clientes.

Otros usuarios comentan que se puede crear grupos sobre temas específicos rápidamente; la gente se adhiere fácilmente a cualquier grupo relacionado a su área, y se puede enviar mensajes a todos tus contactos al instante.

#### BUSCANDO LA NOVEDAD

Los usuarios de Facebook invierten más de 3,000 millones de minutos diariamente en actualizar sus perfiles y contactar nuevos amigos. Cada mes, los suscriptores crean 25 millones de grupos diferentes y comparten más de 850 millones de fotografías.

¿Cómo podrían las empresas apoyarse en ese océano de información para servir mejor los intereses de sus clientes?

Las empresas deben entender que los usuarios de Facebook siempre están en pos de la novedad. Deben

plantearles permanentemente nuevas propuestas, mezclando información con entretenimiento, para conquistar su atención y lograr que ellos aporten su tiempo y su información.

Existe toda una industria de desarrollo de aplicaciones para Facebook, que pone a disposición de los usuarios una amplia gama de posibilidades para personalizar sus perfiles con juegos, álbumes fotográficos o reproductores de música y de video, entre otras herramientas.

Las empresas están atentas a identificar las tendencias de popularidad de estas aplicaciones para lanzar sus propias versiones y aumentar permanentemente el número de usuarios en sus grupos o comunidades, subraya Dinero.com.

Las posibilidades que ofrece Facebook para conectar a empresas y consumidores solo están limitadas por la imaginación. Por ejemplo, Flixter es un juego creado en Estados Unidos en el que la persona califica películas famosas y luego compara sus resultados con los de sus amigos. “Con esta información, Flixter saca tendencias generales con las que crea estrategias de venta de películas o de productos cinematográficos. El usuario cree que es un juego, pero en realidad está contándole sus gustos a la empresa”, comenta Carlos López Barón, consultor de Avanzo, distribuidora en Colombia de Salesforce.com, un CRM en línea que puede usar a Facebook como base de datos.

Para terminar, queremos recoger una reflexión que hizo el Papa: “Las nuevas tecnologías han abierto también caminos para el diálogo entre personas de diversos países, culturas y religiones. El nuevo espacio digital, llamado ciberespacio, permite encontrarse y conocer los valores y tradiciones de otros. Sin embargo, para que esos encuentros den fruto, se requieren formas honestas y correctas de expresión, además de una escucha atenta y respetuosa”. ■