



Todo es conversación

Una de las grandes ventajas de una presencia web sólida es su capacidad de servir como referencia conversacional. Hoy, todo es conversación. Una campaña, una presentación de producto, una publicación de resultados o una aparición en las noticias valen tanto como su capacidad de convertirse en protagonista de una conversación en la que todos participamos.

La tecnología ha generado una disminución tan grande en las barreras de entrada a la publicación que, hoy, una cantidad ingente de personas participa de manera constante en esa conversación. La consecuencia es evidente: el valor de nuestra marca está directamente relacionado con la presencia en dicha conversación.

Contrariamente a lo que piensan los directivos acostumbrados a décadas de marketing unidireccional, la conversación no se puede dominar. Como mucho, podrás aspirar a participar en la misma. Si tu presencia web es suficientemente buena, quienes hablen de ti tendrán un sitio al que vincular cuando lo hagan. Podrán acompañar sus comentarios con un enlace a alguna parte relevante de tu página web, que deberá ofrecer información que no desaparezca nunca y referencias interesantes.

Si lo haces bien, el primer lugar donde verás que alguien ha dicho algo de ti serán tus estadísticas de acceso: en ellas podrás ver no solo que has sido objeto de un comentario, sino además la importancia, en términos de tráfico entrante, del sitio que lo ha publicado.

Observe su web: ¿ofrece información que valga la pena enlazar o es únicamente un folleto y aburrido? ¿Está diseñada para ser enlazada, para contestar? ¿Tiene valor como referencia conversacional? Si no es así... rediseñela.