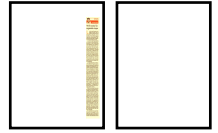


Tirada: 55.971	Expansión	Superficie: 144,00 cm²	Ocupación: 12.73%	Valor: 1.716,45	Página: 12
Difusión: 35.870					
(O.J.D)	Nacional	Diaria			
Audiencia: 125.545	Economía				
(E.G.M)	2ª Edición	28/06/2013			
Ref: 4879862					



Web social: la segunda etapa

La web social entra en su segunda etapa. En la primera, además de una meteórica adopción de los usuarios, vimos cómo algunas empresas comenzaban, tímidamente al principio, a establecer cierto nivel de presencia.

La web social representaba un cambio en el modelo de interacción, y ello conllevaba una adaptación. La casuística, en la que predominaban empresas que veían su reputación comprometida por respuestas colectivas, resultaba preocupante, y obligaba al desarrollo de sistemas de monitorización y dinámicas de gestión de crisis. Progresivamente, vimos cómo herramientas como Facebook o Twitter iban tomando cada vez más un papel de servicio al cliente antes reservado a medios como el teléfono.

La segunda fase del desarrollo de la web social supone pasar de sistemas de respuesta basados en la incidencia y casuística, a sistemas normalizados que permitan la integración de las dinámicas sociales en la operativa empresarial. Cada vez más proveedores de sistemas de información comienzan a hablar de "la empresa social", de procedimientos y herramientas para poder ya no solo escuchar lo que el cliente dice de nosotros o de nuestros productos, sino también recogerlo –siempre que contemos con los permisos adecuados– e integrarlo en nuestros sistemas transaccionales: ERPs y CRMs.

Dedicarse a especular sobre el cliente con la limitada información que teníamos, cuando ese mismo cliente estaba, en muchas ocasiones, proporcionándonos información públicamente en la web social era algo que no tenía demasiado sentido. El futuro está basado en herramientas de escucha sofisticadas con capacidades semánticas, y en establecer un nivel de permiso y una relación con el cliente que le lleve a entender que no le estamos espionando o intentando engañarle, sino interesándonos por la construcción de una relación sostenible.

No será fácil. Y no solo hablamos de tecnología. En esta segunda etapa, hablaremos fundamentalmente de actitud.
Profesor de IE Business School