

# Navegando por la nube

SÍGUENOS EN CLOUD INCUBATOR HUB  
<https://es-es.facebook.com/CloudIncubatorHUB>  
<https://twitter.com/CincubatorHUB>

CLCUD  
 INCUBATOR HUB



## Las redes sociales



**El fenómeno de las redes sociales comienza con la teoría de los seis grados de separación entre personas, según la cual, cualquiera de ustedes, usando su red de contactos, y esta a su vez la suya, en sólo seis pasos podría conocer a cualquier persona del planeta. ¿Le gustaría hacerle llegar un mensaje a Barack Obama?**

**E**l éxito de redes sociales como Facebook o Twitter radican en el crecimiento exponencial de los contactos. Piénselo. Usted se registra en una de ellas, invita a una media de 100 personas, estas a su vez a otras 100. En sólo dos pasos, Facebook ha conseguido 10.000 usuarios nuevos.

Internet como tal nació estático. Páginas webs en las que los creadores transmitían información de forma unidireccional a sus usuarios y

lectores. Más tarde, la web se convirtió en algo bidireccional y para todos los públicos; con herramientas como los blogs y foros, donde los autores leían y conversaban con quién tenía algo que decirles.

Las redes sociales aterrizaron después y con ellas llegó la revolución. Es ahora cuando el usuario es el centro y principal generador de contenidos. Es ahora el usuario quien comparte con el mundo sus fotografías del último viaje a Nueva York, el vídeo musical de su artista favorito o un enlace a un interesantísimo artículo sobre la lactancia.

Como personas la utilidad es clara, pero, ¿qué podemos esperar como empresas o pequeños negocios? Suponen un canal de comunicación extraordinario con sus clientes pero el éxito no se consigue de un día para otro y, en ellas, la definición de unos objetivos claros y realistas es fundamental para optimizar sus recursos.

Considere estos tres recursos tan diferenciados: Cloud Incubator Hub ([www.cincubator.com](http://www.cincubator.com)), incubadora para emprendedores tecnológicos; mil leyenda ([www.mileyenda.com](http://www.mileyenda.com)), aplicación móvil para la práctica deportiva, y Comparativa de Bancos

([www.comparativadebancos.com](http://www.comparativadebancos.com)), comparador de productos financieros.

En el primer caso, su principal objetivo es conseguir nuevos emprendedores que se unan a la incubadora. En el segundo, necesitan usuarios que se descarguen sus aplicaciones móviles, y, en el tercero, personas de todas las edades que deseen controlar su dinero.

Como habrá adivinado, la estrategia que debe seguir cada una de ellas es diferente y las redes sociales en las que trabajar también. Cloud Incubator Hub deberá hacer una gran labor de difusión en Twitter, ávida de contenidos tecnológicos y lugar de encuentro para emprendedores. mil Leyenda deberá potenciar más sus publicaciones en Facebook, ya que su público objetivo son grupos de amigos que practican deporte y a los que podrá llegar con vídeos y contenidos atractivos. Comparativa de Bancos debe hacer una labor instructiva en grupos de LinkedIn generando contenidos que revelen los secretos de los productos bancarios y haciendo grande la letra pequeña de los contratos. ¿Qué compartiría usted antes, un vídeo con los mejores puntos de Nadal o cómo utilizar una tarjeta de crédito?

Como ve, debe considerar las redes sociales como un canal adicional de comunicación y dependerá mucho de cuál es su producto y cuáles son sus objetivos. Toda acción debe tener como fin último el aumento de sus beneficios, bien sea vendiendo

directamente por internet o consiguiendo nuevos clientes para su comercio.



**Antonio Romero**

► Fundador de [comparativadebancos.com](http://comparativadebancos.com)