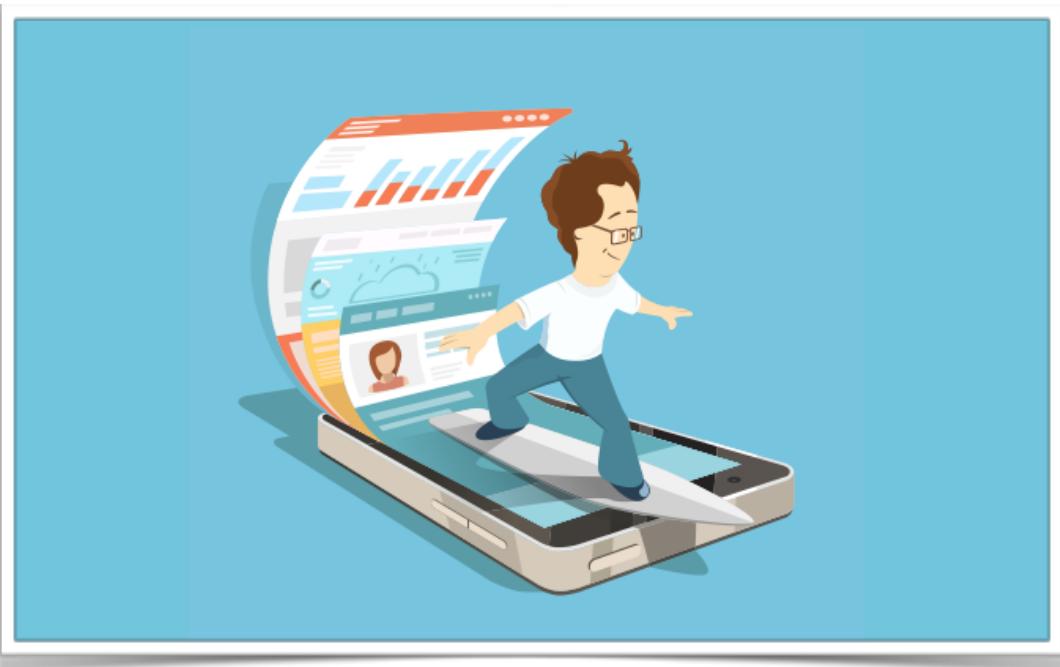
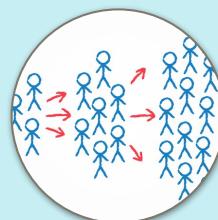


DIGITALIZA TU COMERCIO

Taller práctico de E-commerce (Egosurfing)



Estar siempre preparado para una crisis de reputación online



Tener en cuenta el poder de la viralización



Escuchar constantemente las Redes Sociales



No dejar nunca una queja sin respuesta



FACEBOOK

Es la aplicación más popular para smartphone



TWITTER

Fueron los propios usuarios los que inventaron el hashtag, la mención y el retweet



INSTAGRAM

Los filtros más usados son los que aportan calidez a la foto



¿Qué es el Egosurfing?

Permite conocer la imagen que proyectamos.

Es la búsqueda propia en internet y redes sociales.

Es muy importante que lo hagamos siempre desde la visión de nuestro posible cliente.

La idea es observar cómo nos ven en Internet (nuestros defectos y nuestras virtudes), para conseguir una experiencia óptima tanto en nuestra web como en RRSS.

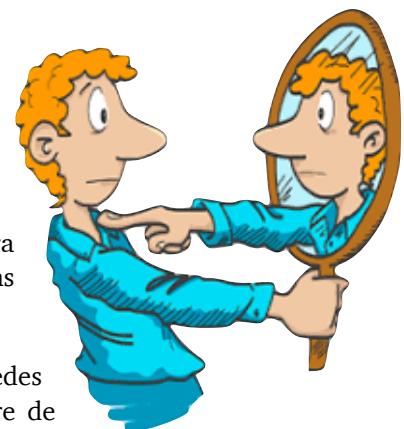
“La gestión de la reputación online es un proceso, no un proyecto; y requiere constancia, coherencia y tiempo”

Identidad Digital

Todos tenemos una identidad digital. Es la huella que cada usuario deja en la red de internet como consecuencia de la interacción e interrelación con otros usuarios, o con la creación y gestión de contenidos en la web.

Desde el momento en el que aparecemos en la web, por voluntad propia o no, nuestra identidad digital empieza a forjarse con nuestra imagen (ese cúmulo de experiencias visuales que generan una percepción positiva o negativa de alguien en particular).

Este proceso se inicia, en algunas ocasiones, cuando creamos nuestros perfiles en las redes sociales, producimos y gestionamos contenidos y, por consiguiente, aparece el nombre de nuestra marca o empresa en buscadores como Google.



HUELLA DIGITAL

- * **Es la marca que deja el uso y tratamiento de nuestra identidad en Internet. Cómo nos comportamos, lo que decimos, cómo y dónde lo decimos, y en qué nos basamos para ello.**
- * **La huella digital no solo la construimos nosotros, sino que también está basada en lo que los demás hablan de nosotros.**

Reputación digital

Es lo que los demás piensan de nuestra marca o empresa

- #1. Escuchar quién, dónde y de qué se habla
- #2. Valorar nuestra reputación
- #3. Conocer la reputación de nuestra competencia



Derecho al olvido

Es el derecho que tiene el titular de un dato personal a borrar, bloquear o suprimir esa información que, de alguna manera, afecta el libre desarrollo de alguno de sus derechos fundamentales, como el derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen; o que podría considerarse como información obsoleta, pues carece de sentido que se tenga acceso a ella después de mucho tiempo y ya no sirve a los fines para los que fue recabada y publicada.

GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE

- * Generar contenidos: Contenido perdurable, útil, que aporte valor a los posibles usuarios... y no solo en la web corporativa, sino en espacios más dinámicos, interactivos y con personalidad (blog, canal de Youtube...)
- * Dar respuestas: El interlocutor debe poder interactuar con la marca. Comunicación vía correo, comentarios, fotos... responder adecuadamente en tiempo y forma, con soluciones para crear una experiencia favorable.
- * Mantener los contactos: Conseguir mantener lazos duraderos. Canales de suscripción, actualizaciones permanentes, participar en redes a las que nos inviten, comentar...
- * Evaluar continuamente: Para saber si la dirección es la adecuada.

SANDRA MATEO MONTERO

Psicología y Formación

 @SandraMateoFORM

 Sandra Mateo Montero

 www.sandramateopsicologa.com



633 864 852



sandramateopsicologa@gmail.com



Algunas herramientas para monitorizar tu reputación online

Estas herramientas son útiles para conocer cuándo nuestra marca ha sido mencionada en RRSS o en otros sites de internet como foros, blogs o medios de comunicación online.

GOOGLE ALERTS: La más conocida. Se establece una alerta de Google y se recibe un correo cada vez que alguien publica el nombre de nuestra marca en una web.

TWEET ALARM: Nos mandará alertas al email cuando alguien hable sobre nuestra marca.

ÜBERSUGGEST: Esta herramienta para buscar las palabras clave perfectas para nuestros artículos, también nos puede servir para hacer un estudio de lo que se busca en Google sobre nuestra marca. Nos va a dar como resultado unas cuantas palabras clave que contienen la marca deseada en cada zona geográfica seleccionada.

MENTION: Práctica herramienta que nos permite monitorizar palabras clave a tiempo real en internet, ya sea la de nuestra propia marca, la de la competencia o palabras clave del negocio. Podemos averiguar dónde se está hablando de nosotros o de nuestra competencia, y tenerlo en cuenta a la hora de conseguir enlaces.

HOOTSUITE: Una de las principales plataformas de gestión y monitorización que nos permite, desde un único panel, administrar varias redes sociales. Con esta aplicación se puede realizar un seguimiento por ubicación, idioma y género.

SOCIAL MENTION: Monitorizar la reputación. Indicada para aquellas empresas que tengan cientos de menciones al día.

IMAGE RAIDER: Para conocer si alguien está usando imágenes de nuestra marca para mencionarnos o está haciendo mal uso de ellas distorsionándolas.

GO FISH DIGITAL: ¿Te has asegurado de que nadie esté hablando mal sobre tu empresa en alguna web de quejas y reclamaciones? Es una herramienta que nos va a permitir echar un ojo en más de 40 sitios de quejas y reclamaciones.

TOPSY: Puedes escanear toda la red en busca de menciones de tu interés. Lo que diferencia a este servicio del resto es que se han indexado todos los tweets de Twitter desde su nacimiento.

AWARIO. Herramienta de monitorización que permite medir la reputación online, en tiempo real, rastreando las menciones de la marca o la competencia.

BRANDWATCH: Herramienta de monitorización de primer nivel que ofrece diferentes productos.

TALKWALKER: Herramienta de escucha social, excelente para la gestión de la reputación. Nos ofrece múltiples opciones para analizar la presencia de marca y además posee uno de los índices de búsqueda más completos.

KEYHOLE: Aplicación con la que se obtiene un análisis completo de las menciones y los sentimientos hacia la marca. Recopila datos principalmente de Twitter e Instagram, pero también ofrece análisis de Facebook y Youtube.

AGORAPULSE: Herramienta ideal para grandes proyectos, ya que permite interactuar con las personas que mencionan la marca directamente desde la aplicación.

BUZZSUMO: Es una herramienta de monitorización cuya principal característica es identificar el contenido más popular en la web y en las redes sociales.



AJUNTAMENT DE
GUARDAMAR
DEL SEGURA

GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

afic
Acreditada per la Generalitat
Agència per a l'Explotació de la Inversió Comercial

T
Compromiso
de Calidad Turística
—
Compromís
de Qualitat Turística

