

¿Cuenta realmente con una presencia digital de calidad?

Seguro que su empresa, al igual que la mayoría, ya cuenta con una presencia en Internet. Según los últimos datos, cerca del 60% de las organizaciones disponen de un sitio web que informa de su actividad. Sin embargo, es un porcentaje mucho menor el de las entidades que están en la Red con un enfoque estratégico, que considere las múltiples dimensiones de Internet y que se oriente al logro de objetivos en el entorno digital.

Obviamente, el punto de partida es disponer de un espacio con un nombre de dominio propio en el que informemos sobre la organización, los productos y servicios que ofrece, el equipo que la impulsa, los clientes y las formas de contacto. Pero hoy esto no es más que el equivalente virtual a la tarjeta de visita. La estrategia en Internet requiere de un esfuerzo sostenido y progresivo en el que nuevas tareas se superponen y completan a las anteriores, hasta orquestar un conjunto de acciones que conforman una presencia online de calidad.

Si su sitio web está diseñado de acuerdo con los principios básicos de usabilidad y se ha programado con los estándares que marca la evolución de Internet, habrá dado un primer paso. Para ayudar a que sea más visible y reconocido por los buscadores, una tarea necesaria será la de renovar periódicamente sus contenidos, si no todos, al menos los de algunas secciones. Conviene disponer de un plan de actualización con el que nos aseguremos de cambiar con cierta regularidad la información corporativa o las fichas de productos y servicios.

Pero más allá de estas modificaciones, lo oportuno es abrir una ventana de actualidad en el que informemos la vida de la organización a nuestros públicos. No debemos olvidar que la apertura y la transparencia son rasgos que la sociedad aprecia en cualquier organización. Un sitio web tiene un gran potencial para transmitirlos. Por otra parte, la difusión sistemática de contenidos de interés nos ayudará a que los internautas regresen.

PROMOCIÓN ONLINE

Buena parte de la audiencia de un sitio en Internet llega a través de los buscadores. Pero Google, Bing, o Yahoo no son ni mucho menos las únicas vías de acceso. Disponemos de otras herramientas para atraer al público, que en algunos casos pueden ser responsables de hasta la mitad de las visitas a un portal web. Hablamos de instrumentos como la publicidad online o el E-mail Marketing, que nos permiten promocionar nuestra presencia en Internet bajo costes competitivos y con los que podemos obtener muchos datos sobre las características de nuestra audiencia y su conducta en la Red.

Por ello, además de mejorar la programación y los contenidos de nuestra web para afianzar su posicionamiento en las búsquedas, debemos promocionarlos para incrementar su visibilidad.

En los dos o tres últimos años habrá escuchado muchas veces la idea de que Internet es un lugar de conversación. La popularización de las redes sociales ha abierto nuevas posibilidades en la Red, no solo en cuanto a entretenimiento o relaciones personales, sino para mejorar aspectos como el conocimiento de la demanda, la atención a los clientes, la gestión de crisis la generación de nuevas oportunidades de promoción y de negocio. La fuerza de los denominados social media llega ya a más del sesenta por ciento de la población entre 14 y 65 años, lo que nos indica que es una variable muy relevante en la estrategia digital. Tenemos que pensar en la presencia de nuestra organización en las redes, pero no como una moda del momento, sino como una acción reflexiva en la que debemos concretar los objetivos y la propuesta de valor que haremos a nuestro público. Y en todo caso, constituyen un canal abierto a la iniciativa de la audiencia, a través del que podremos conocer de forma directa su percepción y experiencia sobre nuestra organización.



ORIENTACIÓN A RESULTADOS

Una de las ventajas de la gestión de la actividad digital es que puede ser progresiva. No es necesario realizar un despliegue inmediato en todos los frentes para empezar a ver los beneficios de nuestra acción. Incluso merece la pena diseñar un acceso gradual, por el que se entra en nuevos escenarios o se aplican herramientas más avanzadas en la medida en que hemos consolidado los estadios previos de la estrategia online. El propósito es alcanzar la fase en la que nuestra actividad en la Red pueda orientarse a conseguir resultados o conversiones: vender productos y servicios, crear nuevas relaciones, mejorar procesos de actividad, compartir un determinado contenido, lograr la participación en un evento o en una causa, fortalecer la reputación de la empresa, entre muchos otros. En el proceso de conversión es esencial contar con instrumentos de analítica avanzada que realicen un seguimiento exhaustivo de la presencia online y nos ayuden a reorientar nuestra estrategia. Como hemos descrito de forma resumida, son muchos los factores que influyen en una presencia digital de calidad. Ahora se trata de comprobar si los aplica actualmente en la estrategia en Internet de su empresa. Y si no es así, no espere más para ponerlos en marcha.

Carlos Sotelo Enríquez

Director de Comunicación en Interesa.es





En **10 años** de actividad, **CENFORPRE S.L.** ha venido adaptando su servicio a las demandas específicas de los clientes.

Vigente el mismo compromiso, sólo cambiamos la imagen.

Servicio de Prevención

Autorización Administrativa BP-62/00-90

Servicios

- Formación preventiva subvencionada.
- Adecuación integral de maquinaria.
- Servicios en construcción.
- Presencia de recursos preventivos.
- Coordinación de actividades empresariales.
- Planes de autoprotección.
- Implantación, mantenimiento OHSAS 18.001:2007.

Especialidades

- Seguridad en el trabajo.
- Higiene industrial.
- Ergonomía y psicología aplicada.
- Medicina del trabajo.

Entidad homologada por la **FLC** (Fundación Laboral de la Construcción) y la **FMF** (Fundación del Metal para la Formación, Cualificación y el Empleo) con nº registro: **0406080075**.

REA: Certificados formativos y de Organización preventiva.

MUTILVA ALTA
Camino Labiano, 45 C-1 Edif. Tecnológico, 31192. Tfn: 948 281 200, Fax: 948 281 278

TUDELA
Oficinas CODES, 31500. Tfn: 948 848 242, Fax: 948 848 233

San Sebastián – Eibar – Bilbao – Vitoria – Logroño – Sevilla – Écija

902 104 227

www.cenforpre.net

