

04 de Julio de 2010

Rodrigo Carr, disertó sobre el impacto de las redes sociales en el mundo de los negocios

Lo hizo en la clínica intensiva **Netbusiness**, organizada por la **Universidad de Palermo**. En la nota los pensamientos más destacados.



?Quién te invitó a mi fiesta? el título de la disertación.

El presidente de JWT Argentina participó de las charlas para profesionales del marketing y las comunicaciones organizadas por la **UP**, junto a Pablo Rada, Communication Channel Manager HPC de Unilever, Jorge Colombatti, Vicepresidente de Marketing Cono Sur de Mastercard, Lilian Beriro, Gerente de Portales y Contenidos Internet de Telecom, Leo Piccioli, Ceo de Officenet-Staples, Connie Demuru, Managing Director de Rapp Argentina & Uruguay, Adrián Herzkovich, Vicepresidente Senior-Gerente General-Gerente General FOX .ITES, de Fox Latin American Channels Región Sur, Miguel Reca, Director General de Carat Argentina, y German Herebia, Ceo de Adhispanic.com, entre otros profesionales.

“Quién te invitó a mi fiesta” fue el título de la disertación, desde donde invitó a pensar la relación de las marcas con las redes sociales.

Entre los puntos más destacados, Rodrigo recordó que “las redes son generadas por la gente para comunicarse entre ellos. Allí las personas están conversando de cualquier cosa, y muchas veces hablan de nuestros productos, a veces bien y otras mal. Estas conversaciones se dan, estemos o no de acuerdo, y lo más interesante que podemos hacer, es participar y entregarles información correcta”.

Para clarificar la forma de comunicarse con las personas en las redes sociales, Carr, presentó una analogía en donde comparó a las redes sociales con una reunión/fiesta de amigos, desde donde surgió el título de la presentación.

Explicó cómo participar de la comunicación boca a boca que propone la era digital y dijo que *“para poder iniciar una conversación con la gente, primero hay que buscar la forma de que nos inviten a la misma, muchas veces a través de un amigo en común. En el caso de no tener este contacto inicial, tendríamos que invitarlos nosotros a nuestra fiesta, y ofrecerles algo interesante para que participen. Una vez en la reunión, es importante tener en claro el propósito de la conversación, y decirlo de forma interesante y simple. Nadie está con tiempo para cosas aburridas y demasiado complicadas, que no puedan después comentarle a sus amigos”*.

Finalmente, Rodrigo señaló que *“una vez adentro de la conversación, es importante ganar su confianza, que solo lograremos hablando con la verdad, de forma honesta. El engaño tiene una vida muy corta en las redes sociales, y puede tener consecuencias nefastas para las marcas. Un error en la era digital permanece mucho más tiempo que en la memoria de la gente. Teniendo un buen producto o servicio, y habiendo ganado la confianza de la gente, tenemos al mejor promotor que se puede tener, que es el propio consumidor”*.