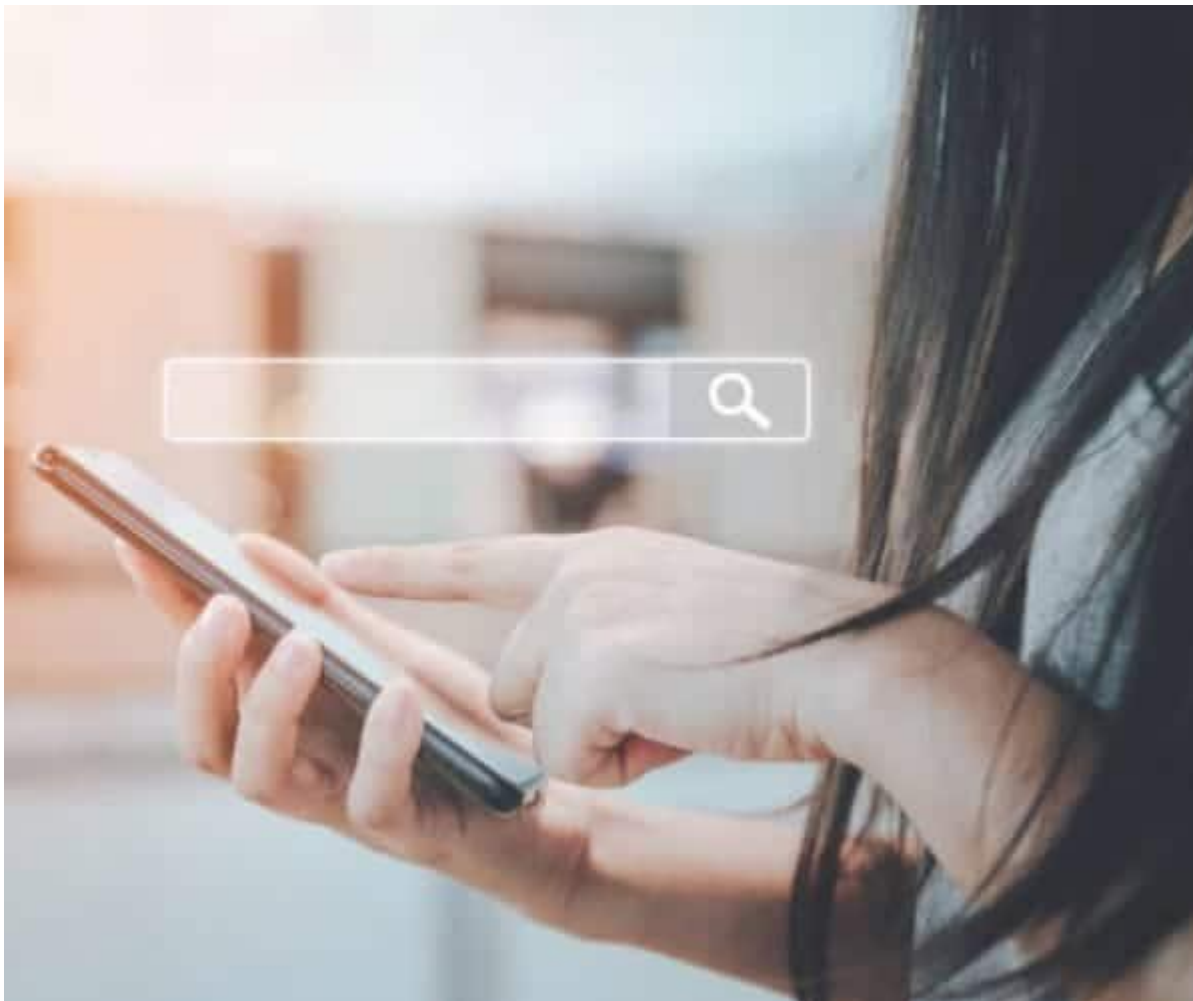


## ¿Qué es la reputación digital?- Todo lo que debes saber

**La reputación digital es la reputación social de una persona o empresa en Internet.** Se basa en los contenidos (noticias, artículos, medios de comunicación) y las interacciones (valoraciones, opiniones, comentarios) que se publican en las redes sociales, los blogs y los sitios web especializados.

La gestión tiene como objetivo evaluar, controlar y mejorar la imagen de una marca. En los blogs de marketing se habla mucho de la importancia de la presencia digital y de posicionarse en los diferentes canales online. **Pero lo importante es recordar que Internet es un entorno abierto y dinámico.**



### Cómo gestionar y evaluar de manera exitosa la reputación digital

**La reputación online es la forma en que el público entiende la marca y el sentimiento asociado a ella a través de diversos canales y medios de comunicación online.** Los contenidos similares en los resultados de búsqueda, las opiniones de los usuarios en las redes sociales, las publicaciones en sitios web especializados e incluso los artículos en portales de noticias pueden utilizarse como "termómetros" para evaluar la reputación de la marca.

Además de los testimonios y las historias de éxito, lo que este conocimiento nos enseña es que los consumidores confían más en las opiniones de las personas que en las actividades promocionales de una empresa.

En otras palabras, la reputación online de una marca está directamente relacionada con las opiniones expresadas por su audiencia (grupos de interés, clientes y personas influyentes).

## ¿Cómo afecta la reputación digital al éxito de las empresas?

**Para comprender mejor el impacto de la percepción pública de las marcas y los profesionales en los resultados de las empresas, debemos examinar el comportamiento de compra de los consumidores actuales.** Mientras que en el pasado las personas han desempeñado un papel relativamente pasivo en las comunicaciones empresariales, ahora tienen un verdadero protagonismo.

El nuevo consumidor no sólo está al día y consume grandes cantidades de información a diario, sino que nunca ha tenido tantas armas y herramientas para defenderse de los productos y servicios engañosos.

La publicidad y la promoción ya no son la savia del negocio, y las empresas que no desarrollen formas de ganarse el aprecio y la confianza de su público pueden pagar un alto precio.



## El impacto de Internet en el proceso de compra

Además de los proveedores de servicios de Internet y el comercio electrónico, las estadísticas muestran que la mayoría de las personas tienden a buscar información en Internet antes de realizar una compra en una tienda física.

La búsqueda instantánea de productos y marcas en motores de búsqueda y sitios de comparación se ha convertido en un paso importante en el proceso de compra. **Esto ha cambiado la estructura de los sitios web e incluso de las redes sociales.**

En los sitios web y en las tiendas online, las sesiones de valoración y los comentarios se han convertido en una parte tan importante de la red social como el clásico "Me gusta". Así como el 100% de los lugares comunes.

## El impacto positivo de un buen trabajo de reputación digital en una empresa

No es de extrañar que las marcas que son queridas por el público se vendan bien. Pero las ventas no son el único resultado de un buen trabajo de reputación digital.

**Estas empresas ganan más autoridad en el mercado, más colaboradores, más atención de los inversores y, por supuesto, mayor crecimiento.** Pero desde el punto de vista del cliente, los beneficios son aún más notables.

Aunque los consumidores de hoy compran de forma más crítica, también quieren establecer relaciones con sus marcas favoritas, e incluso contribuir a ellas. Las empresas que no sólo son leales, sino también "conocedoras del mercado", tendrán un ejército de personas que difundirán sus ideas.



## Medidas de seguridad para proteger la reputación digital

Que no cunda el pánico. **Internet tiene sus riesgos, pero los beneficios los superan.** De hecho, en todo el mundo se están debatiendo e introduciendo nuevas normativas para que el entorno en línea sea más seguro tanto para los usuarios como para las organizaciones. Sin embargo, para asegurar la [integridad](#) de nuestro negocio frente a cualquier amenaza, es esencial que tomemos algunas medidas.

### Medida de Protección

La protección comienza con la "receta básica" de todas las estrategias de marketing: conocer al público. **No te quedes en definiciones amplias como la de público objetivo.** Invierte en la creación de buyer personas: no olvides que el sentimiento del consumidor hacia tu marca influirá en tu reputación digital. Por eso es importante conocer los valores, los puntos de dolor, las ambiciones y los deseos de tus clientes potenciales.

### Defensa de los derechos

Si sigues las pautas mencionadas, aumentarás las posibilidades de convertir a tus clientes en embajadores y defensores de la marca. **Por eso, para evitar ser víctima de las fake news, hay que tener en cuenta un factor importante: la transparencia.** Al mantener la estricta confidencialidad de los procesos y actividades de tu empresa, da lugar a que la gente haga falsas inferencias y, en el peor de los casos, a que fabrique información sobre tu empresa.

Desde el punto de vista técnico, la combinación de un buen plan de marketing y un claro trabajo de SEO (optimización de motores de búsqueda) no sólo da buenos resultados en la gestión de crisis, sino que también actúa como "escudo" contra comportamientos maliciosos.



## Monitoreo

Para que una estrategia de reputación online tenga éxito, es esencial prestar atención a las interacciones de tu público. **Como en cualquier otro aspecto del marketing digital, el procedimiento aquí se reduce a la supervisión y el análisis constantes de tus datos.** Esto se hace registrando y verificando todo el contenido publicado en las redes sociales, sitios web, blogs y foros relacionados con tu empresa.

Estas acciones forman parte de la llamada gestión de la reputación online (gestión de la reputación digital), cuyos resultados orientan principalmente a las empresas en la creación de contenidos y en las campañas publicitarias.

Por lo tanto, la reputación online no está al principio, sino al final del trabajo de calidad de principio a fin, desde el desarrollo y la selección de productos hasta las actividades de comunicación y las relaciones con los clientes.