

## DISTINTAS FORMAS DE TENER PRESENCIA EN INTERNET



La presencia online es uno de los elementos más importantes para las empresas que aspiran fortalecer su marca en el mundo digital. A contar con presencia on line, no sólo nos referimos a un sitio web donde aparezca la ubicación del negocio, nuestro contacto o el horario comercial, va más allá, consiste en utilizar este medio para afianzar nuestra marca, conseguir más prestigio y llegar a más clientes. Una buena posición nos permitirá competir con las empresas del sector

Las formas de tener presencia de en internet son varias y en algunos casos, las empresas optan por utilizar todos los medios y en otros eligen alguna de ellas para fortalecer su marca digital.

A continuación mencionamos algunos de los tipos de presencia en internet.

- **Web o portal tradicional** en el que se presenta la empresa. En este sitio se ofrece la información de la misma, de su cartera de servicios y productos, la localización de la misma y la forma de contacto. Esta web puede tener un formato más o menos interactivo ser estática. Dependerá del tipo de empresa

de la que se trate, el que sea más positivo enriquecer este sitio web o por el contrario simplificar los datos que se muestren.

- **Sitios Ecommerce o web de comercio electrónico.** En él, los productos y los servicios están a disposición del cliente para ser adquiridos a través de Internet. No solo damos información del negocio, sino que la venta se hace efectiva por ese medio.
- **Web de servicios complementarios y/o de soporte técnico:** En esta este tipo de portales donde se producen relaciones interactivas con el cliente, se ofrecen servicios a los/as clientes en formato que puede ser postventa o de mantenimiento de alguno/s de los productos o servicios. Este tipo de portales contribuyen enormemente a la fidelización y mantenimiento de la cartera de clientes.
- **Sitio web encaminado al desarrollo de marca:** Está orientado a presentar productos/servicios de una forma interactiva con los clientes, la presentación de experiencias vividas por éstos y publicitar acciones promocionales son algunas de los contenidos centrales de este tipo de sitios web.
- **Creación de landing page, o página de aterrizaje.** Se trata de páginas que se hacen con un fin específico, fundamentalmente informativo y/o promocional (presentar un producto/servicio, promocionar un evento, etc.), generando acción y en muchos casos recopilando datos de actuales y futuros clientes. Existen muchos tipos de landing pages, pero podemos dividir las en dos: las que se crean dentro de un sitio web propio y las que son microsites fuera de nuestra web. El posicionamiento de estas landing pages es importante para obtener el impacto deseado.

- Más allá de una moda, cada vez son más las empresas las que se cuestionan si deben tener un **blog corporativo**. El objetivo del blog es el de fortalecer marca mejorando la reputación empresarial a través de la generación de contenidos, la mayoría de las veces con un carácter técnico y divulgativo. En algunos casos nos posiciona como expertos/as en algunas materias. Para su creación, puedes elegir entre varias plataformas que te permiten diseñar un blog de gran utilidad. Debemos de tener claro que un blog requiere dedicación y constancia en la publicación, de lo contrario podemos generar el efecto contrario.
- **Presencia de la empresa en redes relacionados con empresas, recursos humanos o específicas del sector**. Ser miembro de LinkedIn o Bebee (ambos portales de recursos humanos) además de fortalecer identidad digital nos sirve para llegar a profesionales del sector.

**Compartimos algunas de las razones por las que es bueno tener presencia on line, de la forma o formas adecuadas para nuestro negocio:**

Estos son algunos de los beneficios, si tu empresa tiene presencia online:

1. Mejora la reputación online de una empresa, compartiendo los artículos del blog en las redes sociales de tu empresa. De esta forma te mostrarás como proveedor “experto” y con conocimientos acerca de tu sector. *Visualízate*
2. Ofrece un mayor servicio a tus clientes, resolviendo sus dudas, sugerencias y ofreciendo una comunicación asíncrona. *Atiende más y mejor*
3. Es una herramienta económica y sencilla que te ayuda en la publicidad de tus productos o servicios. *Ahorra costes*
4. Capta más clientes para tu firma y fideliza los que ya tienes. *Conecta con las emociones de tus clientes*
5. Mejora el posicionamiento de tu empresa en los buscadores. *Posiciónate*
6. Da un valor añadido, que te diferencie de tus competidores. *Diferénciate*

7. Trabaja en red y comparte noticias o casos de éxitos de otros/as profesionales.

*Colabora*

8. Aumenta tu creatividad, diseña imágenes y artículos novedosos. *Innova*

9. Favorece la comunicación interna de tu empresa, entre los/as lectores/as del blog también incluimos los/as propio/as empleados/as de la compañía. Comunica

10. Crece la credibilidad y la confianza. *Empatiza con tus clientes*

Os animamos a pensar ya en qué forma de tener presencia on line os beneficia más y a mejorarla o ponerla en marcha si no la tenéis, porque como dijo **Walt Disney** “**la mejor manera de empezar algo es dejar de hablar de ello y empezar a hacerlo**”.