

Curso Crea Una comunidad exitosa

Lección 23: 5 errores más cometidos en una comunidad en línea

Tener un negocio y vender cosas por internet no es suficiente para lograr el éxito de tu emprendimiento. De hecho, las redes sociales no son para vender. Mucha gente se equivoca al intentar vender intrusiva y agresivamente a través del Facebook. Un grupo en el Facebook te ayudará a tener conexiones, pero para lograr las ventas tienes que vender sin vender.

Errores que debes evitar en tu comunidad en línea:

Utilizar una cuenta personal para posicionar su negocio:



Usar una cuenta personal de Facebook es un error de novatas. Los perfiles de Facebook no tienen herramientas de analítica, sin estas herramientas no tiene manera de saber si sus contenidos se están viendo o no. Utilizar un perfil de Facebook para promocionar tu negocio puede violar los términos de servicio. Esto significa que después de gastar un montón de tiempo le pueden cerrar su página si alguien se la reporta, por vulnerar su privacidad.

Crear grupos para promocionar producto o servicios:



Los grupos son espacios en los que las personas se conectan para crear o compartir intereses comunes. No para vender. No cometas este error, porque la gente en tu grupo puede abandonarlo o perder interés.

Publicar con URLs cortas:



En su momento esta pareció ser una gran idea. Surgió con el aumento del mercadeo en las redes sociales, las herramientas de automatización suelen dar esa opción de acortar las URLs. Pero los estudios han demostrado que las URLs completas generan tres veces más clics que las acortadas.

Crear un grupo o una página de fans y a continuación invitar a toda tu lista de amigos:



Es una manera fácil y rápida de hacer popular el grupo. Pero no es la más eficaz, pues muchos aceptarán la invitación solo por cumplir, pero no estarán interesados en lo que compartes en el grupo, así que será como no tenerlos allí, no tendrás ninguna interacción porque sencillamente no les aporta nada. Las comunidades no solo tiene que ver con cantidades de personas en los grupos, sino con que quienes forman parte en verdad aporten a tus objetivos, lo importante es la afinidad integrantes del grupo o páginas de fans y el contenido que aportes y las interacciones que consigas son la clave del éxito.

Enviar información de productos de terceros sin antes saber si les interesa:



Ya es problemático vender lo tuyo, como para encima meternos a vender lo de otros sin saber antes si les interesa o no, además recuerda que como te dije antes los grupos no son para ventas directas, tienes que vender sin vender, creando confianza y conexión, enfócate en dar, dar y dar. Comparte información de valor, enlaces de tus blogs, etc.

Ejercicio:

A continuación responde las siguientes preguntas, te ayudarán a corregir errores que puedes estar cometiendo:

1. ¿Qué es lo que les interesa a tu audiencia?

2. ¿Qué es lo que ellos buscan y tiene que ver con tu negocio?

3. ¿Cómo puedo relacionarme con ellos de una manera honesta y transparente con ellos?
