



emprendiz
Negocios Locales Inteligentes

¿PARA QUÉ QUIERO UN BLOG

... SI YA ESTOY EN LAS
REDES SOCIALES?



AUTOR

Pablo Alba



Ingeniero de Sistemas,
Marketer y Formador.
Emprendedor como tú.

Fundador y Director de
[Artelequia](#), empresa
dedicada a la prestación de
servicios de Marketing On-
line para pequeñas y
medianas empresas.

Ponente y formador de empresarios. Autor del blog
[Emprendiz.com](#), dedicado a la capacitación continua
de pequeños y medianos empresarios en temas de
Marketing On-Line, Marketing Local y Emprendimiento.

Pablo Alba

Breve Introducción

He venido notando que muchos pequeños empresarios y emprendedores piensan que tener perfil en las redes sociales ya es suficiente para "estar en internet". Parece que hayan dejado de verle la utilidad a una web o un blog.

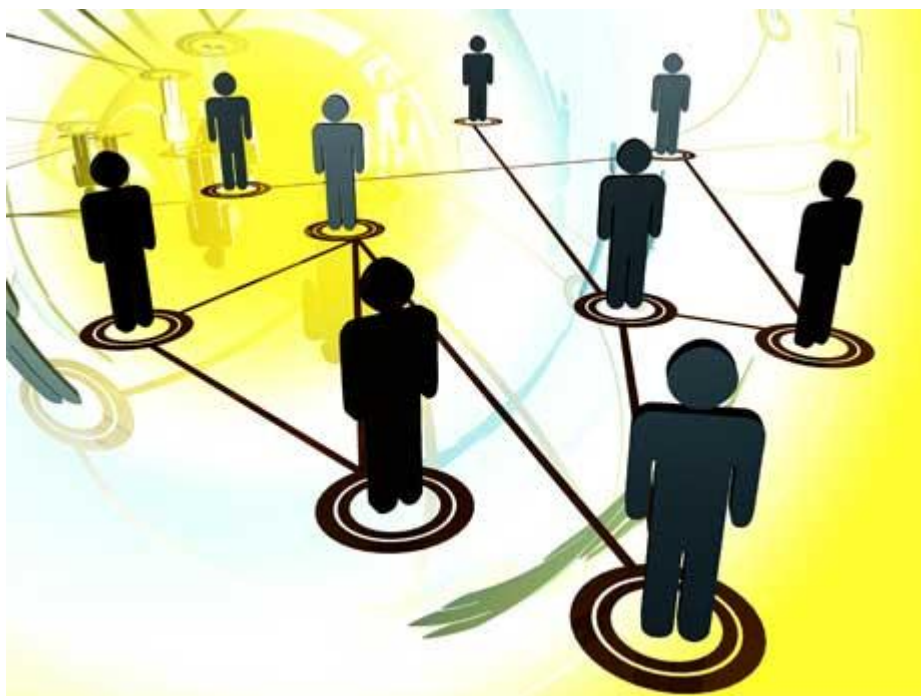
El documento que estás leyendo es una reproducción de un "debate" que mantuve con mi amigo Vicente Aguilera, un *emprendiz* y dueño de la zapatería Aguilera, sobre el papel del blog y las redes sociales. Aquí reproduzco la conversación para el resto de *emprendices de este blog*.



Vicente: Pablo, como muy bien sabes, la tendencia con respecto al medio de internet se dirige a marchas forzadas hacia los tablets y teléfonos con internet. Por lo que me hace presagiar, que en un plazo muy corto se tendrán que poner las pilas los diseñadores de páginas web.

En mi modesta opinión veo que habrá un gran cambio en eso de las webs ya que cambiarán su filosofía y formatos. Irán enfocadas a unirse o entrelazarse con redes sociales y todo lo que sea susceptible de poderse aprovechar. Pero todo con un enfoque totalmente distinto al actual.

Pablo:
Así es Vicente,
y no será un
futuro tan
lejano, se
prevé que
para este
2013, habrá
tantos
usuarios de la
web
conectados



desde ordenadores de escritorio/portátiles, como desde dispositivos móviles (un 50-50).

La penetración de los *smartphones* en el mercado está siendo exponencial. Nosotros en Artelequia ya nos estamos preparando para ofrecer versiones móviles de páginas web. Tener una versión móvil de tu web y/o blog resulta ampliamente provechoso para posicionarse en la web, e incluso en Google Maps, porque Google cuando muestra los resultados de los mejores 7 negocios locales para una búsqueda, ofrece también el teléfono fijo y la web, y NO QUIERE que la web a la que conduzca ese enlace sea una web no optimizada para móvil, Google siempre busca la mejor experiencia de usuario.

Si alguien busca desde el móvil, Google quiere darle las mejores webs de negocios locales, y que se vean CORRECTAMENTE en un dispositivo móvil, que estén optimizadas para eso.



Vicente: Efectivamente es así, Google y todos los demás buscan lo mejor para seguir en su posición. Pero lo que yo quiero resaltar es que las webs que no tengan comercio online como las que estamos acostumbrados a ver, tienen los días contados.

Pablo: De acuerdo. Las webs antiguas, estáticas, que no dan una experiencia al usuario, que no estén muy bien orientadas al cliente y a que este tome acción... yo diría que ya no sirven.

El empresario local que no quiera quedarse fuera del juego tiene que invertir en una web o un blog (o mejor aún, una web con blog, un híbrido de las dos).

Vicente: En mi caso he llegado a la conclusión, que con herramientas como Google Maps, Google+, Facebook, Whatsapp, etc una web ya casi no sería imprescindible aunque sí aconsejable



tenerla, pero simplemente como lanzadera hacia esos medios y herramientas que acabo de nombrar.



Pablo: No. En eso no estoy del todo de acuerdo. Tu web (cuando digo web puede ser perfectamente un blog, o como dije antes, un híbrido de las dos) es la representante de tu empresa en internet, es tu activo, tu propiedad, tu centro neurálgico y comercial. No digo que no se pueda sobrevivir sin ella, pero no es la mejor estrategia, porque en el momento en que te pones a vender directamente en cualquier medio social estás cambiando las reglas, estás queriendo ir con la mentalidad anterior.

Las redes sociales son para crear relaciones, conectar, compartir, atraer la atención, para ser social, **La estrategia es precisamente la contraria, es decir, que el que visita tus plataformas sociales termine en tu sitio,** tienes que llevarlos hasta allí, y que tomen alguna acción una vez allí, suscribirse, comprar, rellenar un formulario de contacto, descargar un dossier, o lo que sea, pero una acción comercial, por así decirlo.



Tu web es la representante de tu empresa en internet, es tu centro neurálgico y comercial”



La gente odia que se le venda, pero a la gente le encanta comprar. Por eso es en tu web/blog, donde puedes convertir un interesado en un cliente potencial. Tu web/blog es, por así decirlo, tu despacho, tu oficina virtual, allí todos llegan ya con un interés comercial, y es allí donde tienes que incentivarlos a que compren o a que vayan a tu local. Allí ya vienen pre-cualificados para la compra, allí no se van a molestar porque les vendas, ya que **voluntariamente llegaron, y van buscando algo de su interés.**

Entonces, las cosas funcionan al revés. Las redes sociales deberían ser la lanzadera hacia tu "propiedad", hacia tu empresa en internet. Contar con una web es también favorable para el posicionamiento de la empresa, para generar confianza y credibilidad en el servicio que presta.

Un perfil social lo tiene cualquiera, pero una web o blog profesional te pone a otro nivel. En mi experiencia y en mi opinión, las buenas estrategias de marketing sitúan al blog en el centro de la estrategia.



“ Tu web o blog siempre será el final del embudo donde conviertes visitantes en clientes”

A manera de ejemplo, en el caso de los hoteles que manejan sus reservas mediante un motor de reservas externo (tipo Booking) se observa que aquellos con más reservas son precisamente los que disponen de su propia web, pues amplían información en un entorno controlado, donde puedes, como dueño de la web, hacer todas las pruebas que quieras, cambios, lanzamientos, y además, ofrece ese *extra* de confianza al potencial cliente, aunque luego vuelva y reserve con Booking. Está estudiado.

Tu web o blog siempre será el final del embudo donde conviertes visitantes en clientes y lo mejor es que operas bajo tus propias condiciones. Ni tu página de Facebook, ni tu Google+ son tuyos, pueden cambiarte las reglas sin permiso, pueden cerrarte la cuenta, mil cosas. Nunca tienes control total.

Vicente: Seguro que tienes toda la razón del mundo, pero sigo pensando lo mismo y es en el giro copernicano que las web, me refiero a las que no venden nada , ni billetes, ni artículos, ni habitaciones, etc. van a tener que dar.



Pablo: Es que todas las web venden algo, o deberían venderlo. Las webs de los negocios locales, tradicionales, físicos, donde el producto se ofrece "in situ", en su local, también venden algo aunque la transacción no se produzca en internet (de momento, esto está empezando a cambiar).

Una vez que el cliente esté buscando en internet un producto o servicio, el segundo paso consiste **en convencerlo de que debe tomar la decisión de ir a tu local, a tu negocio en internet** (llamémosle web o blog). Una vez el cliente se encuentra en tu web lo siguiente que hay que hacer es **convencerlo de que debe comprar tu producto**. Así que tu web, es tu activo, porque es allí donde conviertes visitantes en clientes.

Por supuesto que a tu web debes incorporarle todos los elementos de las redes sociales que puedas. Todo va unido; tu web está vinculada a tus medios sociales y tus medios sociales a tu web. Pero en las redes sociales deberías limitarte a crear conexiones, relaciones y reputación. En tu web, estarías orientando hacia la compra, la petición de presupuesto, hacer que te llamen, etc. En tu web, los elementos sociales aportan credibilidad (prueba social), son un factor de decisión más que ayuda a que el prospecto tome acción comercial, ese debe ser su cometido allí.



“ En las redes sociales deberías limitarte a crear conexiones, relaciones y reputación”

¿Puedes no tener web? Sí. Pero sería una gran desventaja para el empresario local. Tanto los usuarios, como Google le prestan más atención a los negocios que tengan web propia, aparte de las redes sociales.

Como ya te lo he dicho anteriormente, esa web puede ser perfectamente un blog, es bueno que sea un blog con ciertos

elementos:
dinámico,
participativo
y que reúna
toda tu
presencia
online para
que llegue
quien ya
empieza a
tener un
interés más
comercial.



Vicente: En tu caso concreto, aunque sé que me vas a decir que son dos medios distintos, ¿dónde ves que tienes más actividad y qué te reporta más, tanto profesional, personal y empresarialmente? ¿tu Blog o Facebook? Si por fuerza mayor tuvieras que prescindir de uno de ellos ¿con cuál te quedarías?

Pablo: La respuesta creo que la sabes. Sin pensarlo me quedaría con el BLOG, y más concretamente con la lista de suscriptores por email, ya que el blog me lo atacaron una vez, pero la lista y mi relación con ella no me la pueden quitar, vuelvo a montar el blog, aviso a mis suscriptores y todo sigue igual, aquí no ha pasado nada! Si mañana aparece una nueva red social en la que quiero tener presencia activa, sólo tengo que invitar a mi lista a que me sigan allí. ¿Ves? La lista de suscriptores mayormente creada en el blog, es lo que realmente importa. En las redes sociales estoy "de prestado".

Vicente: Pensándolo detalladamente en tu caso es lógica y acertada tu elección, teniendo en cuenta el fin y propósito con el cual lo creaste. Pero en mi caso concreto de mi mini empresa me decantaría por lo la página de facebook. Dado que es un poco largo de contar si lo ves interesante con un poco de tiempo que me des, lo expondría, si tú lo ves oportuno claro está.

El blog te permite tener una lista de suscriptores. Cuida de ella!!



Pablo: No sólo en mi caso, tú me has preguntado a mí en concreto, por eso te he respondido por mí, pero si no lo sabes, yo te cuento que llevo años dando servicios a clientes que son negocios locales como el tuyo: más de 3 años con la empresa oficialmente ([Artelequia](#)), y antes de eso, desde 2005 trabajaba como freelance, casi siempre para negocios locales, salvo algunas tiendas online sin presencia física. Por eso mi respuesta es aplicable a cualquier negocio.



Pero Ojo, NO le quito importancia a Facebook, la tiene, y mucha. Y según el sector puede tener más o menos. Pero las **redes sociales** debe ser la "la punta del iceberg" en la

estrategia online, lo más visible, donde se juntan los más fieles, PERO el centro de operaciones, el sitio donde conviertes, y donde **confluyen todas esas mini-presencias online** (facebook, youtube, google+, twitter) **es TU BLOG.**



Voy a explicar el punto del blog y el Facebook con tu propia experiencia en Emprendiz.com.

Tú me conociste por una referencia que hicieron de mi en un foro, pero ese enlace te llevaba a algún artículo de mi blog, ¿verdad?

Allí fue donde empezaste a interesarte. Allí es donde te llevo casi siempre que te mando un email, allí es donde llegas cada vez que en Facebook o Google+ o Twitter anuncio la publicación de un artículo nuevo, o rescato uno antiguo (para los que no lo leyeron aún). Allí en mi blog es donde se concentra todo, donde la gente se da de alta en el curso, donde me dejan su email para estar al día, y así puedo establecer una comunicación más directa y más rápida.

La mayoría no entra tanto a mi facebook como tú, la mayoría espera que les llegue un email para ver qué cosa nueva tengo que contarles. Tampoco todo el mundo tiene Facebook, ni lo usa tanto, menos aún tienen twitter o Google+. Pero en Google sí busca todo el mundo, y el email sí lo maneja todo el mundo (casi todo).

A lo que voy es, si ese enlace que pinchaste en el foro, te hubiera llevado a mi página de facebook en vez de a mi blog, te aseguro que no te hubiera llamado tanto la atención.



¿Por qué?

1. Porque en Facebook hay muchas más distracciones, hay muchas más cosas pasando aparte de lo que yo publico (están también tus amigos, y otras muchas cosas más).
2. Porque si el día que seguiste ese enlace no hubieras tenido Facebook, tampoco me habrías conocido pues hay que tener una cuenta en Facebook para ver lo que hay en Facebook.
3. Si no estabas conectado en ese momento a Facebook, probablemente tampoco lo verías.



Conclusión:

1. Tú ahora prefieres facebook porque ya me conoces, ya sabes lo que hago, lo que ofrezco.
2. Facebook es para crear esto, relación, pero la atención te la llamé fuera de facebook, y constantemente te saco de Facebook para que vayas a mi Blog



¿Por qué?

Porque mi blog es "mi casa", allí todo es mío, no comparto tu atención con nadie más. Allí estás invitado a mi casa, o mi oficina, como quieras verlo.

Y cuando lance alguna promoción de algún curso, producto o servicio, te llevaré a una página especial dentro de mi blog, ¿por qué? porque si me pongo a "vender" en Facebook me mirarán como alguien que no cultiva sus relaciones, sería como ponerse a tratar de vender en un evento social al que te han invitado. En una fiesta.



Tú a la fiesta vas a pasarlo bien, a conocer gente, a compartir, y en todo caso, como empresario, pueden surgir contactos interesantes, pero no sacas el maletín y te pones a venderle a la gente ¿verdad?



Pues aquí es igual, como regla general (por lo menos hasta ahora), **tu blog o tu web, es donde vas convirtiendo seguidores en clientes.** No a todos, claro. Y aunque no te comprendan, no importa, sigue dando valor, te pueden recomendar, o te pueden comprar más adelante, o te pueden compartir en las redes sociales, y difundir tu mensaje, y mejorar tus posiciones en Google.

Recientemente hice un sondeo en la página de Facebook de Emprendiz.com sobre cuáles creían mis seguidores que eran las plataformas más importantes para los empresarios locales. Los resultados confirman que el blog y una web corporativa son más importantes para los empresarios locales que las redes sociales. Aquí te dejo la imagen.

¿Cuál/es de estas plataformas crees que son más imprescindibles para un negocio local?

<input checked="" type="checkbox"/>	Una web corporativa				...
<input checked="" type="checkbox"/>	Tu propio Blog (con tu dominio y tu hosting propio)				...
<input checked="" type="checkbox"/>	Tu Página de Fans de Facebook				...
<input type="checkbox"/>	Todos los que puedas				...
<input type="checkbox"/>	Tu canal de Youtube				...
<input type="checkbox"/>	Twitter				...
<input type="checkbox"/>	Tu página de negocio en Google+ Local				...
<input type="checkbox"/>	Otro				
<input type="checkbox"/>	Pinterest				



La encuesta se hizo tanto a profesionales del marketing como a empresarios locales.

Me extendí muchísimo, pero no quería dejarte con la duda.

Espero que te haya quedado un poquito más claro.

Facebook yo lo veo más para fidelizar, y para enganchar a tu audiencia más fiel, que para darte a conocer. Y tampoco es tan así, porque hay gente muy fiel a mí que no usa tanto Facebook, así que esto es un medio para enganchar y fidelizar, pero tampoco el único ni el que más clientes puede traerte, eso ya es cuestión de que cada negocio lo pruebe y haga sus números.



Vicente: Ya lo creo, que me ha quedado claro. Estoy viendo que hay mucho tema para intercambiar opiniones.

Hasta pronto.



Emprendiz

<http://www.emprendiz.com/>



**Curso Online Gratuito para
emprendedores**

<http://www.emprendiz.com/cursogratis>

¿Te Ha Gustado Este Reporte?

¡Ayúdame a difundirlo!



Compártelo en
facebook.

Pablo Alba



emprendiz
Negocios Locales Inteligentes