



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

Noves tecnologies i comunicació 2.0

**Usos i potencialitats del branding de
les empreses en temps de crisi**

Assumpció Huertas

Valls, 24 d'abril de 2013

**Moltes empreses deixen de fer comunicació.
Això és un error.**



**No calen grans capitals ni grans campanyes
per fer una publicitat i una comunicació efectiva**



**La publicitat directa i la comunicació 2.0 estan
a l'abast de la petita i mitjana empresa**

Cal fer una comunicació excel·lent = adequada = efectiva



I per això cal tenir coneixements en comunicació, relacions públiques i comunicació 2.0

BRANDING: Procés de creació i gestió de marques



BRANDING

Les marques van sorgir amb els productes de consum i s'han expandit

- Marques de productes i serveis
- Marques d'empreses = corporatives
- Marques de ciutats i territoris
- Marques d'esdeveniments (congressos), programes de televisió, etc.

El poder del BRANDING no és una eina a l'abast només de les grans marques



La funció de les marques és distingir els productes



- Aporta un valor afegit (qualitat, disseny, tecnologia...)
- Comunica identitats (felicitat, plaer...)
- Permet la identificació amb els usuaris
- Crea un vincle emocional

Les marques tenen 3 components:

- 1. Atributs, característiques, punts forts.**
- 2. Valors emocionals.**
- 3. Logotip o imatge gràfica.**

Tota empresa, per petita que sigui, ha de tenir clar quina estratègia de marca vol desenvolupar tenint en compte aquests 3 components.

Les marques evolucionen



però han de mantenir la seva essència

COMUNICACIÓ 2.0- Mapa Web 2.0



Mapa Visual de la Web 2.0

Este mapa agrupa de forma visual los principales conceptos que habitualmente se relacionan con la Web 2.0, junto con una breve explicación. Además se han seleccionado algunos ejemplos de servicios de la Internet hispana. Un glosario técnico explica con mayor detalle algunas de las tecnologías y acrónimos asociados con este fenómeno. Se puede acceder a una versión en línea de este mapa en

www.internality.com/web20



AJAX (Asynchronous JavaScript And XML, Javascript y XML, Asincrono)
Técnica de desarrollo web que permite realizar la información de una página web sin tener que recargarla completamente, agilizando de esta forma la interacción con el usuario.

API (Application Programming Interface, Interfaz de Programación de Aplicaciones) - Conjunto de especificaciones para comunicarse con una aplicación, normalmente para obtener información y utilizarla en otros servicios. Ejemplos: Amazon Web Services, Flickr Services, Google AJAX API.

Beta - Versión en pruebas. Medio en broma, medio en serio, los servicios de la Web 2.0 se encuentran siempre en «beta perpetua» evolucionando constantemente, a diferencia de los ciclos cerrados de desarrollo de otros servicios y aplicaciones.

CSS (Cascading Style Sheets, Hojas de Estilo en Cascada) - Lenguaje para definir la presentación de las páginas web, de modo que su aspecto quede separado del contenido en sí.

Mapshp (Plazuela) - Aplicación web que utiliza información de diversas fuentes relevantes para crear un nuevo servicio en base a ellas, normalmente empleando Servicios Web y APIs públicas.

OPML (Outline Processor Markup Language, Lenguaje de Marcas para Esquemas) - Formato para esquemas y listas, en lenguaje XML, que se suele utilizar para compartir información.

POP (Peer-to-Peer, Entre Pares) - Red informática entre pares o «iguales», normalmente sin servidores centralizados, donde se puede compartir información de cualquier tipo. Ejemplos: Skype, Windows Live Messenger, BitTorrent, Kazaa, eMule.

Permalinks (Enlaces Permanentes) - Enlaces fijos a páginas de contenido en Internet que no varían con el tiempo e idealmente son fáciles de leer para las personas.

RSST (Representational State Transfer, Transferencia de Estado Representacional) - Técnica de diseño y arquitectura web que se apoya en el intercambio de información mediante XML.

SOAP (Simple Object Access Protocol, Protocolo Simple de Acceso a Objetos) - Protocolo estándar de comunicación utilizado en los servicios web, mediante el cual dos objetos pueden intercambiar información en XML.

RSS (Really Simple Syndication, Sindicación Bastante Simple) - Formato estándar para la sindicación de contenidos a los que un usuario cualquiera puede suscribirse mediante un programa «agregador de feeds o canales».

Ruby on Rails - Entorno de programación (Ruby) que se apoya en el lenguaje Ruby. Goza de gran popularidad para el desarrollo de aplicaciones de tipo Web 2.0 puesto que automatiza las tareas más comunes y permite ciclos cortos para el desarrollo de prototipos.

Widget - Pequeña aplicación o módulo que realiza una función concreta, generalmente de tipo visual, dentro de otras aplicaciones o sistemas operativos.

Glosario de Términos Comunes

Web Semántica - Conceptualmente se basa en añadir significado a los datos, en forma de metadatos, de modo que los ordenadores puedan entender mejor la información que existe en la World Wide Web.

Web Services (Servicios Web) - Conjunto de especificaciones que posibilitan la comunicación y provisión de servicios entre diferentes aplicaciones vía web.

Wi-Fi (Wireless Fidelity) - Marca que se usa para designar un conjunto de estándares para redes inalámbricas, generalmente de corto alcance, bajo diferentes normas.

XHTML (eXtensible Hypertext Markup Language, Lenguaje Extensible de Marcas de Hipertexto) - Versión XML más avanzada del lenguaje HTML, que se utiliza para la creación y visualización de páginas web.

XML (eXtensible Markup Language, Lenguaje de Marcas Extensible) - Metalenguaje de uso general que sirve para definir otros lenguajes de programación o formatos de intercambio de información según diversas necesidades.

Social media: blogs, microblogs, pàgines de recomanació, comunitats virtuals, wikis, xarxes socials.

Hem de tenir en compte que volem arribar a un públic objectiu a través de les xarxes socials

Joves i mitjana edat tot i que augmentant l'edat

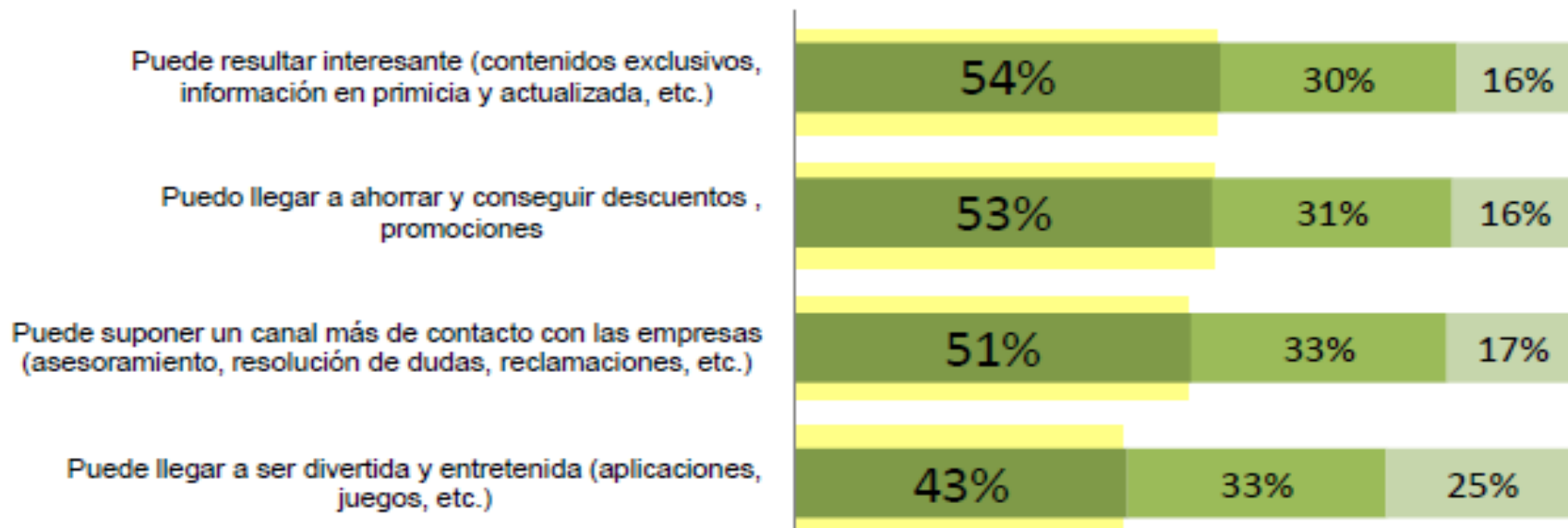
Avantatges per a les empreses:

**Baix cost, rapidesa comunicacions,
actualitzacions, molt útils per gestionar crisis,
Credibilitat pels comentaris d'altres usuaris**

COMUNICACIÓN 2.0- Qué esperan los usuarios

Percepción de la presencia de marcas en redes sociales

■ De acuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ En desacuerdo



Base: Pertenecer a alguna red social o comunidad: 1225n



COMUNICACIÓN 2.0- Quina influència tenen

Las Redes como canal prescriptor para el consumo

1 PRIMER MOMENTO: ELICITACIÓN DEL INTERÉS

¿Te has animado a comprar alguno de los siguientes productos que no tenías pensado y que no conocías porque alguien lo ha comentado en redes sociales?



Però l'ús dels social media en la comunicació de les empreses i marques encara és limitat

Causes:

- Desconeixement dels social media**
- Cost en temps: seguiment**
- Por a no controlar la comunicació, por als comentaris negatius dels usuaris.**

Consells per contestar els comentaris negatius:

- 1. Reponde lo más rápido que puedas. Así demuestras interés por tus clientes y crea en ellos una fantástica impresión.**
- 2. Agradece siempre los comentarios, incluso los negativos.**
- 3. Atiende quejas específicas. Es una oportunidad para explicar a futuros usuarios y clientes cómo has resuelto determinados problemas y de que te tomas la experiencia del cliente muy en serio. Aquí es importante no ponerse a la defensiva, conviene ser diplomático y profesional.**
- 4. Sé original en tu respuesta. Los usuarios se toman un tiempo en escribir sus comentarios y tú deberías hacer lo mismo. Es un error enviar una respuesta estandarizada. Ocúpate de cada comentario o queja por separado para demostrar que cada feedback es importante para tu negocio.**
- 5. Sé educado y profesional. Responder a los comentarios es parte de la gestión de tu reputación online. Tu respuesta va a ser visible para todo el mundo y de alguna forma representa a tu marca.**

(Tripadvisor)

- Utilitzar els social media en la mesura que arriba al públic objectiu de la nostra empresa.**
- No fer-ho perquè ho fa tothom, amb coneixement i estratègicament.**
- Tenir en compte els interessos dels usuaris.**
- No tenir por als comentaris negatius.**
- No tenir por a perdre el control de la comunicació.**

Moltes gràcies

**Assumpció Huertas
suni.huertas@urv.cat**