

Consejos de @farmaenfurecida para triunfar en tus redes sociales

Autoria: Guillermo Melgar

@Farmaenfurecida

Coordinación y diseño: Saludability S. L.



1

Primeros pasos

Nos hemos bajado las apps de Twitter, Facebook e Instagram. Hemos creado una cuenta (y apuntado la contraseña, que seguro que se nos olvida) y... ¿Y ahora qué?

¿A quién seguimos? Desde vuestra cuenta personal podéis seguir a vuestra familia, amigos, equipo de deporte, partido político, pero desde la cuenta de una farmacia conviene seguir a cuentas que nos aporten un contenido actualizado y verídico. Para ello os recomiendo seguir a cuentas que estén verificadas por Twitter (como la del Ministerio de Sanidad, por ejemplo). También es bueno seguir a gente conocida de nuestro sector (conocida tanto dentro como fuera de las redes) porque es gente que suele estar al día de diversos temas que nos pueden interesar. También es bueno seguir a cuentas

especializadas en los diferentes campos de la farmacia, porque son cuentas que publican de manera actualizada sobre su campo.

¿Y ahora quién me sigue a mí? El objetivo de la mayor parte de los usuarios de las redes sociales es conseguir una mayor número de seguidores. No hay una fórmula exacta para ello. Lo que hace mucha gente al abrirse la cuenta, es seguir a miles de usuarios: de esos miles, una parte van a hacer followback (seguirte porque les sigues) así que puedes conseguir muchos seguidores en poco tiempo. El problema de esta técnica es que si sigues a miles de personas no vas a leer a ninguna, y el objetivo de la red social es intercambiar información (no sólo darla). Otro truco es hacer sorteos: subes una entrada diciendo *“sorteamos tal cosa a quien nos siga y comparta este*

tweet”. El resultado: la gente comparte el tuit (llega a mas usuarios) y os empiezan a seguir para ganar el sorteo. Con este truco corréis el riesgo de que una vez acabe el sorteo os dejen de seguir.

Yo, personalmente, soy partidario de **ganar seguidores a través del contenido**. Sin más trucos. Un contenido actualizado, verídico, de interés y escrito de manera divertida hará que consigáis seguidores y, lo que es más importante y no consiguen las anteriores técnicas: ganáros su confianza.

Para ello os recomiendo que compartáis contenido actualizado. Que esté al día, vamos. Para ello es importante que conozcáis la actualidad y por eso es interesante que sigáis a cuentas que se mantienen informadas y ofrecen información actualizada. También es importante que el contenido sea real: si compartís cualquier cosa que leáis, sin comprobar si es un

bulo, podéis hacer que vuestros seguidores dejen de fiarse de vuestra palabra y desconfíen de vuestras publicaciones. Por ello recomiendo seguir sólo a cuentas fiables

También os recomiendo publicar contenido original, que destaque del resto de cuentas similares a la vuestra ¿Cómo conseguirlo? Siendo algo gracioso o ingenioso (sin perder la profesionalidad). Y también siendo ameno: la gente suele usar las redes sociales para entretenerse, no quieren entrar y leer un prospecto. Por ello siempre recomiendo meter alguna broma que dé un toque ligeramente informal y divertido al contenido.

2

Contenido

Para empezar, el contenido **debe ser breve**: la gente entra en la Red buscando un contenido breve y conciso. Si os centráis mucho en los detalles el público se acabara aburriendo y os dejará de seguir. Lo que se busca en la Red Social es brevedad. Sin embargo, si queréis ampliar ese contenido podéis incluir un link en vuestra entrada que derive a una página o blog en el que el contenido esté más desarrollado. Así que mi consejo es que tratéis de incluir el máximo contenido en el mínimo contenedor. A la hora de escribir hay que ingeniárselas para ahorrar en palabras. Con esto no nos referimos, por supuesto, a usar abreviaturas: el uso de las mismas hace que el texto pierda veracidad.

Aparte de las abreviaturas, otra cosa que debemos evitar a toda costa es poner faltas de

ortografía. Si alguien es propenso a ponerlas recomiendo escribir el texto en Word para comprobar que está todo bien escrito: no nos podemos permitir que se nos cuele ninguna. Tampoco recomiendo el uso de emoticonos puesto que da un carácter demasiado informal a las publicaciones.

Con respecto al “contenedor” os recomiendo escribir entradas acorde al tiempo y al contexto en el que nos encontramos: igual que en la farmacia hacemos campañas de solares en verano, en las redes sociales debemos publicar entradas acorde a los intereses que pueda tener nuestro público en ese momento.

El contenido también debéis tenerlo clasificado. ¿Cómo se clasifica en internet: con etiquetas o hastags. Os recomiendo el uso de palabras cortas y originales. Por ejemplo, para este curso Esto

nos permite tener el contenido clasificado y localizar todas las entradas que publiquemos sobre un mismo tema. Y no sólo a nosotros, sino también a las personas que nos sigan. No recomiendo, y esto es un error típico, utilizar la etiqueta para poner frases enteras o frases que no entran en la entrada como *#AquíHaciendoUnCursoDeRedes* porque queda horrible y os cargáis el propósito de clasificar el contenido de manera concisa.

Con respecto a la temática: tenéis que intentar compartir información que toque todo los ámbitos de la salud, como la dermofarmacia, la fitoterapia, la nutrición, infantil etc y si podéis, porque disponéis de profesionales en el equipo, centraos aparte de en lo general, en un tema que dominéis mucho para poder destacar con respecto al contenido. Digamos que todas las farmacias comparten contenidos de más o menos la misma temática: es en

la especialización donde podéis destacar y ganas seguidores. El objetivo es que una persona en determinada situación piense en vosotros a la hora de informarse en internet porque sabe que detrás de vuestra cuenta hay alguien especializado e informado sobre el tema.

3

Acercamiento a seguidores

En este capítulo vamos a tratar las relaciones interpersonales en las redes sociales. En la actualidad se ha puesto de moda un nuevo tipo de marketing, el Marketing 4.0. Que alguno dirá *“¿Qué es eso del 4.0? Si me quedé en el 2.0...”*.

El marketing 4.0 es el que se centra en **buscar la confianza del cliente** (o del seguidor en nuestro caso). En darle un trato más humano. Para ello conviene dar una imagen más personalizada de nuestra cuenta y para ello voy a daros unos consejos para que consigáis que vuestros seguidores vean más allá del logo de vuestra farmacia cuando entren en vuestras redes.

En cuanto al trato personal, en redes sociales, al estar detrás de un ordenador es difícil mantener un contacto personalizado con el cliente. Una cosa que podéis y debéis hacer es contestar. Así la gente os ve, o mejor dicho, os siente, como una persona que contesta y no sólo como una máquina automática o un escaparate que expone publicidad.

Es una manera de acercarse a la gente. Para ello es recomendable contestar con cierta rapidez: si contestáis dos semanas después de que os hagan una pregunta va a parecer que detrás de la cuenta no hay nadie.

También es buena idea realizar encuestas porque así el seguidor siente que su opinión es importante para vosotros y que confiáis en él, y se establece una relación de confianza, que es lo que buscamos.

Otra cosa que debéis controlar es la periodicidad de todas las publicaciones: no podéis tener las cuentas abandonadas, pero tampoco podéis cansar a vuestros seguidores con un número excesivo de publicaciones. Lo que os recomiendo es la siguiente pauta: 3 publicaciones semanales en Instagram, 1 o 2 en Facebook y varias al día en Twitter.

También es importante, en cuanto a dar un trato personal con el público virtual, no utilizar publicaciones automáticas. Estas publicaciones son emitidas por

algunos programas de manera periódica recordando alguna oferta o entrada al blog. Este tipo de publicaciones tienen la ventaja de que dan la imagen de que utilizáis la red social en épocas en la que no la usáis pero tiene dos desventajas importantes: son muy impersonales, como un anuncio.

Con respecto al contenido multimedia, recomiendo que subáis fotos del equipo de la farmacia. Sin miedo. No tienen por qué ser excesivamente formales: pueden ser fotos vuestras en la farmacia preparando alguna fórmula, montando un escaparate etc. Dando un toque desahogado de vuestra imagen sin perder la profesionalidad. También os recomiendo la publicación de vídeos: llegáis mucho mejor a un seguidor si ve en la red social a una persona, física, que se mueve y tiene voz propia, explicando un producto. Además el contenido audiovisual se comparte mucho más y entra mejor por los ojos que lo que escribís. No tengáis miedo a salir en vídeos o hablando, al principio os sentiréis raros pero le acabáis cogiendo el punto.

Por último, y esto os va a sonar rarísimo: **es importante NO VENDER**. Ya sé que algunos estáis en redes sociales para dar a conocer vuestra empresa o vuestra farmacia con el fin de vender, pero tampoco hay que ser descarado. Las redes sociales están para formar una determinada imagen de la empresa y de sus profesionales, a partir de ahí las ventas pueden venir solas, pero si las usamos solo para poner ofertas y demás lo que vamos a conseguir es que el seguidor nos vea como una tienda más y deje de seguirnos. Quedaos con esto: antes de vender, hay que ganarse la confianza como vendedor.

4

Usuarios conflictivos

En las redes sociales podemos encontrarnos con polémicas con usuarios conflictivos. No hay que asustarse ante ellos, pasa como en la vida real: todo es saber lidiar con la persona. Todos hemos tenido algún paciente delicado en la farmacia.

En internet, a los usuarios conflictivos, se les conoce como “Trolls”, un troll es una persona que entra en las redes sociales con el fin de crear malestar, ofender, insultar o crear polémicas etc. Por ello os voy a dar una serie de consejos para que aprendáis a reconocerlos y os evitéis problemas.

En internet hay multitud de tipos de trolls. Aquí voy a intentar describir a los principales tipos de trolls del mundo de la farmacia para que los tengáis identificados y sepáis como actuar ante ellos. El objetivo es que si os pone alguno

un comentario digáis “anda, un troll” y sepáis como actuar. En el mundo de la farmacia podemos diferenciar los siguientes principalmente:

-El “anónimo”: se hace la cuenta sólo para incordiar. Suelen caracterizarse por dos cosas: apenas tienen seguidores y no suelen tener imagen en el avatar. Esto es debido a que es una cuenta falsa, que expresa lo que otro usuario no se atreve a publicar desde la suya. No recomiendo perder el tiempo contestándoles.

-El usuario “políticamente correcto”: no es un troll como tal, puesto que su objetivo no es molestar. Es una persona que te señala errores de tipo “ético” especialmente a la hora de expresarse. Hay una variable buena (con la que se puede hablar), que intenta corregirlo que considera ofensivo; y una mala:

que utiliza este moralismo para tener una excusa para atacarnos y para llamar la atención.

-El “conspiranoico”: suelen ser antivacunas, comparten bulos del mundo de la farmacia etc.

-El “enterao”: el típico listillo que cree que sabe mucho del mundo de la farmacia y se acaba creyendo todos los bulos. No recomiendo contestar porque podéis acabar haciendo publicidad de lo que comparte.

-El “profiláctico”: Seguro que recordáis cuando en la carrera os venía el típico amigo gracioso que os decía “*¿tanto estudiar farmacia para acabar vendiendo condones?*”. Bueno, pues esto en internet los hay por un tubo. Suelen corresponder al perfil de gracioso de la clase y si no molestan mucho y nos ofensivos, tampoco hacen daño a nadie, que se diviertan ellos solos.

Mi consejo, para la mayoría de ellos, es no contestar e ignorar. Si

el susodicho se pone muy pesado lo podéis bloquear (ojalá se pudiera hacer esto en la vida real con la gente tóxica) y si os insulta incluso reportarlo (denunciarlo), pero sobretodo no darles más importancia de la que tienen.

Y, sobre todo, no echarse para atrás por este tipo de usuarios.

5

Polémicas

En este capítulo vamos a tratar el lado oscuro, o la parte negativa de las redes: las polémicas. En los últimos años las redes sociales se han convertido en un lugar famoso por los conflictos. Todos hemos escuchado alguna vez que si un famoso ha dicho algo polémico, que si las redes arden con tal polémica etc. estas situaciones se dan especialmente en twitter, entre otras cosas por el anonimato de algunos usuarios. Para evitar que os veáis involucrados en una de ellas os voy a dar unos consejos que os pueden ser útiles.

Si la polémica no tiene nada que ver con nosotros: no andar metiendo el morro ni interviniendo. A veces por apagar el fuego en casa del vecino se acaba quemando la nuestra.

En el caso de que la polémica nos involucre, o nos salpique, antes de actuar conviene saber la

causa y la gravedad: hay que saber si es gripe o resfriado. Si la causa es un malentendido, bastará, o debería bastar, con explicarlo. Explicarlo siempre con educación y haciendo entender que nosotros tenemos parte de culpa por no habernos expresado de manera clara.

Mis consejos a la hora de evitar una polémica son los siguientes:

- Evitad las ambigüedades y los malentendidos: evitad los dobles significados o decir cosas que puedan ser malinterpretadas...

- Evitad usar la ironía: en el lenguaje escrito no se captan los tonos y alguno las puede interpretar de manera literal.

- Temas polémicos: hay temas en los que la opinión pública puede estar radicalizada y que no se deben tocar desde la cuenta de una empresa.

Por ejemplo: política, fútbol u operación triunfo. No conviene poner opiniones personales en la página de una empresa porque os representa.

-Demeos ser políticamente correctos en todo momento.

También hay que tener en cuenta que en la vida real usamos términos que hablados no pasa nada, pero por escrito pueden ofender a alguien. Así que hay que andar con ojo de no ofender a nadie.

- Evitar usuarios tóxicos: no contestar a trolls. Hay usuarios que vienen a las redes sociales con el único fin de liarla y entrándoles a trapo lo que conseguís es acabar teniendo problemas.

- Contrastar toda aquella información que utilicemos: si compartís información falsa se os pueden echar encima y con razón. Y más siendo una cuenta de interés sanitario.

Mis consejos generales con respecto a las polémicas son los siguientes:

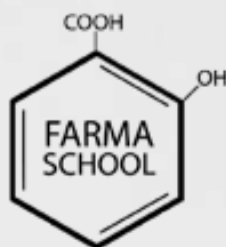
1. Prevenir: intentad seguir estos pequeños consejos porque vais a conseguir reducir el riesgo de polémica mucho.

2. Minimizar el daño: si os veis envueltos en una polémica subid una entrada aséptica aclarando el malentendido. No entréis a discusiones con usuarios porque podéis empeorarlo.

3. En las redes nos podemos encontrar polémicas (como en la vida real) **pero no tienen por qué salpicarnos** si actuamos correctamente y, sobretodo, que no debemos dejar de utilizar las redes por ellas ni de tener miedo.

DESCUBRE TODOS LOS
CURSOS DISPONIBLES
SOBRE INTERNET Y
REDES SOCIALES EN
FARMASCHOOL

¡HAZ CLICK AQUÍ!



Tu escuela de
formación online

