

Redes sociales

¿Cómo de importante es la presencia del CEO en las redes sociales?

- No estar presente en redes puede parecer falta de transparencia y lejanía con respecto a las necesidades o consultas de las personas a las que se dirige la empresa



UNSPASH

2 Se lee en minutos

Un artículo de

Lidia Álvarez Vellido

Por qué confiar en El Periódico

Madrid
30 de junio del 2021.
17:30


Comentarios

Las redes sociales se han convertido en un nuevo canal de comunicación para las empresas, una forma de tener feedback con sus clientes más directa y cercana pero, **¿qué pasa con los altos cargos?, ¿deberían tener también esta interacción con los usuarios de las compañías que dirigen?** Mónica Mendoza, directora general y fundadora de la Consultoría Comercial Energivty Consulting e incluida en el TOP 100 de conferenciantes de España, según Thinking Heads; lo tiene claro: **“la figura del CEO es el rostro más visible de una compañía.** Si la percepción que tiene de él o de ella la sociedad es buena, la reputación de su empresa mejorará, al igual que su capacidad para atraer y retener el mejor talento, sobre todo de la generación millennial”.

La experta asegura que es un canal de comunicación que humaniza y a la vez permite transmitir valores corporativos, “es la primera vez en la historia que los altos cargos pueden ponerse en contacto directo con sus clientes de una manera directa y sin filtros”, destaca.

Además de mejorar la reputación de sus empresas, atraer talento y aumentar las ventas, entre otras ventajas, para Mendoza, las comunicaciones personales de los altos cargos también pueden contribuir en una gran medida a restaurar la confianza de los clientes potenciales; “algo importante en tiempos de crisis como la de ahora”. De lo contrario,

Ad

Lo más visto

Lo más comentado

PLAN INUNCAT

1 Alerta en Catalunya este miércoles por lluvias intensas y fuertes tormentas

LO AVANZA EN SUS REDES

2 Ana Bernal no estará en el segundo documental de Rocío Carrasco: "He pagado un precio muy caro"

ALIANZA VITAL

3 El multimillonario acuerdo de LaLiga con un fondo de inversión permitirá al Barça inscribir a Messi

RESPUESTA EN REDES SOCIALES

4 Bob Pop critica a María Patiño por sus palabras sobre Saray Montoya: "Condono la estupidez"

no estar presente en redes puede parecer falta de transparencia y lejanía con respecto a las necesidades o consultas de las personas a las que se dirige la empresa, según apunta la experta en ventas y motivación.

Con tantos canales de redes sociales para elegir es importante centrarse en los correctos. Si bien Instagram puede ser adecuado para una empresa de moda, por ejemplo, puede que no sea la mejor opción para una empresa de contabilidad. En este sentido, un estudio de Brunswick señala que **LinkedIn es la plataforma más popular para los líderes empresariales, teniendo presencia de un 44% de los directores ejecutivos de las principales compañías mundiales**. Por otro lado, el mismo informe apunta que Twitter es la segunda opción preferida con un 15%, mientras que destaca que el 62% está presente en más de una plataforma.

Sin embargo, publicar en redes sociales implica destinar un tiempo que no todos los empresarios y directivos tienen. Entonces, ¿deberían crear ellos por sí mismos las publicaciones o bien delegar estas tareas? La experta en ventas y motivación mantiene que "todo depende del perfil del ejecutivo y del negocio. No es lo mismo un emprendedor que un CEO de una gran empresa.

En este sentido, **Mendoza cree que es necesario delegar este tipo de acciones en el personal de marketing**. "Las redes sociales quitan mucho tiempo y este tiempo en un cargo como este es muy importante destinarlo a otro tipo de acciones y gestiones relacionadas con la compañía, no a contestar comentarios. Esto no quiere decir que no estés vinculado a las redes y a las tendencias", apunta la experta.

Noticias relacionadas

- **De las redes sociales al diseño de comunidades**
- **¿Cómo afecta la nueva ley contra el fraude fiscal a los autónomos?**

Un ejemplo de "una persona muy dinámica en las redes" es el de Rafael Juan, CEO de Vicky Foods (antigua DulceSol), quien para la experta da una imagen de alguien implicado con la sociedad y con los valores humanos. "Combina un 20% de post personales y humanos con un 70% profesionales y esto creo que es lo óptimo".

La newsletter de activos



Gemma Martínez da voz a los protagonistas de la nueva economía, que se atreven a decir cosas diferentes.

SUSCRÍBETE

Temas

Redes sociales | Empresas

VER COMENTARIOS

0 Comentarios

Ad

elPeriódico



- Quiénes somos
- Contacto
- RSS
- Mapa del sitio
- Publicidad
- Aviso legal
- Política de privacidad y cookies
- Preferencias de Privacidad

El Periódico de Catalunya, S.L.U.

Una compañía de Grupo Zeta

Publicidad

Otras webs de Prensa Ibérica Media:

Buscandorespuestas.com	+	Neomotor	+	Lotería Navidad	+
Cartoon Network	+	Fórmula1	+	Mallorca Zeitung	+
Coche Ocasión	+	Guapisimas	+	Neox Kidz	+
CompraMejor	+	Iberempleos	+	Premios Goya	+
Cuore	+	Información Alicante	+	Premios Oscar	+
Diario Córdoba	+	Información TV	+	Región7	+
Diari de Girona	+	La Crónica de Badajoz	+	Stilo	+
Diario de Mallorca	+	La Nueva España	+	Superdeporte	+
Diario de Ibiza	+	La Opinión de A Coruña	+	Verde y Azul	+
El Día Tenerife	+	La Opinión de Málaga	+	Tendencias21	+
Sport	+	La Opinión de Murcia	+	Tucasa	+
El Periódico de Aragón	+	La Opinión El Correo de Zamora	+	Viajar	+
El Periódico de Catalunya	+	La Provincia Diario de Las Palmas	+	Woman	+
El Periódico Extremadura	+	Levante El Mercantil Valenciano	+	Cambalache	+
El Periódico Mediterráneo	+	Levante TV	+	Iberpisos	+
Faro de Vigo	+	Empordà	+		