

Las redes sociales son la oportunidad perfecta para nuevas vías de negocio

- Las Conferencias de Comercio Electrónico organizadas por AECEM organizaron una mesa redonda para debatir sobre las redes sociales donde participaron Tuenti, MySpace y Habbo.
- Los vínculos creados gracias a las redes sociales permiten desarrollar acciones de marketing viral, entre otros modelos de negocios.

Barcelona 22 de octubre de 2008. El movimiento de las redes sociales ha experimentado en poco tiempo un crecimiento espectacular. Se trata de un gran medio con muchas posibilidades de comunicación y poder de influencia. Con esta afirmación coincidieron Tuenti, MySpace y Habbo, los tres miembros de la mesa redonda de las Conferencias de Comercio Electrónico organizadas por AECEM en Barcelona.

El éxito de las redes sociales recae en el hecho local, sobretodo en Tuenti, red de capital 100% español. Así lo afirmó, Ícaro Moyano, director de comunicación de Tuenti. Mediante la plataforma de Internet los usuarios comparten información y experiencias para así establecer conexiones entre los mismos.

El valor de una red depende del número de usuarios que pertenecen a ella. Ésta es una propiedad económica de las redes que las diferencia de otros productos. Los usuarios tienen un nivel de implicación muy alto, con gran capacidad de influencia y recomendación. Según palabras de Matías Lorenz, director de marketing de MySpace, “los usuarios son prescriptores, comunican las noticias de su red social a su entorno real”. En general, cuanto más actividad exista por parte de los usuarios, más valor tiene la red.

Para poder medir esta actividad existen dos indicadores: número de usuarios activos y media de transacciones del usuario. Estos dos indicadores son suficientes para diagnosticar la salud de una red social.

Oportunidad de negocio

Es evidente que si se pueden segmentar los datos de una red social, sabremos qué acciones tomar y poder desarrollar un negocio seguro. Siguiendo con palabras de Moyano, “la red social permite segmentar muy bien y puedes llegar correctamente con la publicidad al target adecuado”.

El perfil del usuario de una red social está entre 13-18 años en el caso de Habbo, mundo virtual y networking social y a partir de 16 años en adelante en el caso de Tuenti o MySpace. En general, se habla de usuarios de una generación que ha substituido la televisión por internet y que sobretodo, están abiertos a otros formatos de publicidad.

El negocio está pues, en la capacidad de segmentar con gran precisión, la posibilidad de usar canales nuevos y la facilidad de obtener retorno gracias a la creencia, fidelidad y proximidad de sus usuarios a quienes se les ofrece experiencias online únicas.

Evolución y perspectivas de futuro:

Un elemento fundamental para el futuro de la redes es la colaboración activa entre usuarios. La teoría de redes afirma que si se aumenta diversidad se hacen más fuertes. Cada nuevo usuario aporta un mundo nuevo de ideas y relaciones. Por esto es importante seguir manteniendo el espíritu abierto y cooperativo que caracteriza estas redes sociales. La tarea de divulgación debe continuar, aun siendo conscientes del enorme esfuerzo que representa.

Más información sobre el European ECommerce Conference:

EEC es una conferencia de expertos diseñada para inspirar al profesional de Internet. Un evento único donde ponentes internacionales del más alto nivel hablarán sobre las últimas tendencias del mercado. Es el marco ideal para aprender y compartir conocimientos para impulsar la innovación y la creatividad sostenible empresarial. Los ponentes han hablado del Futuro del ecommerce y de Experiencias de éxito aplicables a cualquier empresa, entre otros temas.

También se celebró un debate sobre la influencia de las redes sociales en grupos de todas las edades, y como este nuevo medio de comunicación se ha convertido en un poder de influencia que supera, en muchas ocasiones, a la publicidad tradicional.

Más información: www.eec-conference.com

Contacto de prensa: Marta Benito / Elisenda Lleonart

mbenito@strategycomm.net 610784110 / elleonart@strategycomm.net 667 72 50 48