

## **Barcelona: Éxito en la conferencia de Digital Manager celebrada en ESIC: “Humanicemos las marcas en el entorno digital”**

**La conferencia reunió a más de 100 personas que disfrutaron de la ponencia de Chal Jiménez, profesor de ESIC Business & Marketing School, quien nos dio la oportunidad de compartir y conocer los mejores consejos y las últimas tendencias del Digital Manager**

Para gestionar una marca con éxito en Internet no es suficiente con tener conocimientos técnicos sobre social media y programación. Debemos ser expertos en comunicación, marketing, publicidad, sociología y tener mucha psicología. Gracias a Internet y a las redes sociales, podemos comunicar de una forma más dinámica, interactiva y bidireccional.

“Hoy en día, si una marca no está en Internet no existe, la comunicación no es una opción, es una necesidad para cualquier tipo de empresa”, declaraba Jiménez.

El poder de la comunicación ya no está en los medios ni lo tienen las marcas, sino en manos de los consumidores. Esto ha supuesto una pérdida de efectividad en la comunicación de las marcas. En este entorno, ¿cómo podemos conseguir el éxito para una marca en Internet? Jiménez nos propone los siguientes pasos y consejos:

Cumplir las 4 C: conectar, compartir, colaborar y co-crear. Hacer partícipe a los clientes o futuros clientes para que ellos decidan cómo quieren que sean los servicios o productos que les vamos a vender y la comunicación que les vamos a realizar.

Hacer un plan de comunicación digital: análisis de situación, análisis de la competencia, DAFO digital, ejes de posicionamiento en Internet, diagnóstico, estrategia (público objetivo, objetivos, mensajes y medios) y plan de acción.

Realizar una estrategia de contenidos diferencial, que cumpla las 3 U: crear un contenido Único, totalmente adaptado al Usuario y que sea Útil para sus vidas, que les aporte valor.

Planificar el contenido semanalmente.

Crear un estilo de comunicación diferenciador y que ayude a que nos identifiquen.

Utilizar palabras clave adecuadas.

Ser más humanos y cercanos, ya que las redes sociales han vuelto frías a las marcas, debemos contestar siempre y de forma inmediata a cualquier necesidad o inquietud de nuestros clientes.

Utilizar el sentido común, ser responsables con nuestra marca y cuidar su reputación.

Escoger las redes sociales donde debemos estar presentes, aquellas dónde vamos a encontrar a nuestros clientes.

Estar al día de las nuevas redes sociales que aparecen, como por ejemplo: Path, Secret, Whisper, Swarm, Tagged, Keek, Chirp, Jobr, Peeple y Periscope.

Utilizar las herramientas adecuadas que nos facilitarán el trabajo y nos ahorrarán tiempo (Hootsuite, Buffer, Tweepi, Iconosquare, Flipboard, Feedly, Pocket, Mailchimp,...).

Medir los resultados y analizarlos.

Diseñar un plan de crisis on-line.

"Hoy en día, si una marca no está en Internet no existe. La comunicación no es una opción, es una necesidad para cualquier tipo de empresa", declaró Jiménez.

#### **Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>