

## **iootec: Mejorar la reputación online de una marca midiendo la percepción de los clientes**

**Tanto las pymes como las grandes empresas compiten ahora en un entorno con las mismas reglas: el mundo digital. Cualquier empresa, independientemente de su tamaño y de su antigüedad, se enfrenta a los mismos algoritmos y rankings de los buscadores. Está demostrado que las opiniones de los usuarios en la red sobre una marca influyen en el resto de los consumidores y en su percepción sobre la misma. Ahora se puede medir esta percepción de marca y usarla a favor de los negocios**

La reputación de marca es la percepción que tienen los consumidores sobre una empresa. Esta puede ser negativa, positiva o neutra, y estar centrada solo en alguno de sus productos y servicios, o sobre la marca en general. Independientemente de si es una marca reconocida o un nuevo negocio que acaba de lanzarse al mercado, su reputación marcará de forma determinante las ventas y los beneficios.

La percepción de una marca es muy volátil y, sobre todo, es muy difícil recuperar la confianza de los clientes una vez se ha perdido. Por eso es tan importante rastrear las conversaciones que tienen lugar en la red y que hablan de una marca, de su competencia o de su sector. El Social Listening en tiempo real está pensado como paso previo a las acciones de marketing que mejorarán la experiencia de compra de los consumidores.

En ocasiones un negocio se enfrenta a un pico de opiniones que habla del mismo tema en un periodo de tiempo concreto. Suelen estar propiciados por un mensaje o por una publicación viral en redes sociales, una noticia del telediario o una persona influyente que ha compartido su opinión de forma pública. Esto puede desembocar en una crisis de marca o en una oportunidad de negocio, según las herramientas y la rapidez con la que la marca responda.

Las herramientas innovadoras con las que cuentan las agencias de marketing digital, como iootec, son capaces de detectar y categorizar todas estas opiniones en tiempo real y en tan solo cuestión de segundos. Ofrecen así a sus clientes un abanico de posibilidades dentro de su sector.

¿Estas herramientas son útiles también para las grandes empresas consolidadas? La conversación que gira en torno a las grandes empresas, como son las del sector financiero, engloban en su mayoría comentarios negativos. Estos comentarios van desde los errores de la aplicación o de la plataforma online, hasta el deseo de cambiar de banco. ¿En qué puede ayudarles el rastreo de las opiniones? Si se trata de la marca aludida, todavía está a tiempo de incentivar a ese cliente descontento. Si es competencia directa o indirecta, tiene la oportunidad perfecta de presentarle sus servicios a un nuevo y potencial cliente.

Este mismo caso se ve repetido en otros sectores de grandes empresas españolas, como el sector telefónico o el de transportes. Las grandes empresas cuentan con herramientas que monitorizan el sentimiento de sus clientes, comprueban con qué temas se las relaciona y llevan a cabo estrategias

digitales que minimizan este impacto y ayudan a mejorar su reputación online.

Un mensaje de disculpa, un anuncio de mejora y un incentivo para la compra, siempre que vayan respaldados de una investigación de mercado y de opiniones en tiempo real, son acciones efectivas de marketing. Y ahora están al alcance de cualquiera que esté dispuesto a invertir en tecnología puntera de la mano de agencias de marketing digital como iotec.

**Datos de contacto:**

iootec

910840958

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

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

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>