

Bugamark minimiza y optimiza sus costes gracias a las redes sociales

El portal que reúne ofertas y descuentos del mercado online español y que devuelve dinero en efectivo a sus usuarios se ha dado a conocer a través de las redes sociales Facebook y Twitter

Las redes sociales constituyen uno de los fenómenos más positivos de los últimos años en Internet, puesto que son un reflejo del nuevo modo de interacción entre las empresas y sus clientes. Desde la perspectiva empresarial, son una herramienta de comunicación y marketing con un gran potencial que facilita las relaciones y la adaptación del producto a las necesidades de los consumidores. Desde sus inicios, Bugamark.com ha centrado sus estrategias de comunicación en redes sociales, lo que le ha permitido minimizar costes y poder invertir más recursos económicos en otras áreas de la empresa y mejorar, así, el servicio que ofrece.

En Bugamark.com, el portal que reúne ofertas y descuentos del mercado online español y que devuelve dinero en efectivo a sus usuarios, afirman que los social media son imprescindibles para todas aquellas empresas que operan y basan su negocio en Internet. José María Macías señala que las redes sociales son “nuestro mejor método y más rápido, para comunicarnos con nuestros clientes, tanto para emitir novedades, resolver problemas o dudas como para mostrar la mayor transparencia posible”.

“Además de obtener un ahorro considerable de tiempo y dinero, los social media nos están ayudando a enfocar mejor nuestros servicios”, apunta José María Macías. Otra ventaja de usar las redes sociales como principal vía de comunicación es que Bugamark ha aumentado la base de sus clientes con menores gastos en publicidad convencional. Además, la repercusión de cualquier acción que se desarrolla dentro del marco de las comunidades sociales es muy grande y la información se difunde a un ritmo jamás visto.

Acerca de Bugamark – <http://es.bugamark.com>

La tienda online fundada en 2010 cuenta con más de 450 tiendas asociadas para ofrecer una amplia gama de productos y servicios a sus usuarios. Su principal rasgo distintivo es que devuelve dinero al usuario cada vez que ejecuta una compra y/o registro.
