

**Fuente:** Expresiones UDLAP

**Fecha:** 15 de mayo 2020

## **Reputación online: el vínculo emocional que impulsa el apoyo**

**Autor:** Dra. Judith Cruz Sandoval, Directora Académica del Departamento de Ciencias de la Comunicación, UDLAP

Sabemos que la reputación es nuestro haber más valioso y puede llevarnos toda una vida construirla y unos segundos perderla. Una buena reputación puede beneficiarnos con empleados comprometidos, nuevas inversiones, clientes satisfechos, mayores ventas, etc. Ahora bien, este vínculo emocional del que nos habla el RepTrak, no se construye de la noche a la mañana.

Hoy, a raíz del COVID-19 y la necesidad de quedarnos en casa, muchas empresas han tenido que impulsar su presencia online y, sobre todo, la comunicación con sus consumidores. Sin duda, este ha sido un reto para los que habían confiado en su reputación presencial y consideraban que sería un salto automático al mundo digital.

Pero la reputación online no descansa sólo en una imagen predeterminada por una experiencia directa; también se ve afectada por su presencia digital, el contenido que comparte en sus redes, la actividad en su sitio web, las reacciones e interacciones que tiene –o no– con los usuarios, etc. Más aún, la reputación online puede afectar la credibilidad y visibilidad, particularmente si no es bien gestionada.

Y, ¿por qué es importante invertir en la reputación online?

En primer lugar, una enseñanza que nos ha dejado la cuarentena, es que los consumidores buscan opciones de productos y servicios que ya estén en línea; pero no sólo eso, rastrean buenas recomendaciones de los usuarios y, que estén aprobados por conocidos.

Otro aspecto a considerar es el tipo de contenido y la interacción con los usuarios, los consumidores desconfían de páginas que no están actualizadas y sin contenido original y atractivo, o que no responden a los comentarios: las redes sociales bien llevadas atraen tráfico e interés de futuros clientes.

El estar abierto a los comentarios de los usuarios e interactuar con ellos, puede brindar información valiosa que permita desarrollar estrategias futuras. Eso sí, se debe ser cuidadoso y consciente de que se pueden recibir comentarios positivos y negativos, pero en ningún momento podemos descartar aquello que no nos gusta y responder indebidamente; hay que ser prudentes y profesionales, eso nos ayudará a dar una buena imagen. Recordemos: una mala contestación será



más replicada y sin duda dañará la reputación.

Brindar experiencias. Vender un producto o servicio ya no es suficiente. El sitio debe ser atractivo, con buenas fotos, bien escrito e incluir opciones de contacto o chat en línea, así como beneficios específicos al momento de hacer una compra.

Y no olvidemos que el sitio debe tener una versión para dispositivos móviles. Gran parte de nuestras vidas transcurren frente a un smartphone, por lo que es indispensable que la marca esté al alcance de nuestra mano.

Construir una buena reputación online se trata de lograr una experiencia satisfactoria para que los clientes hablen bien de ti, regresen por más y te recomienden.

**Acerca del autor:**

Doctora y Maestra en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Autónoma de Barcelona, Maestra en Mercadotecnia por la Southern New Hampshire University, egresada de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de las Américas Puebla. Realizó prácticas profesionales en Washington en la reconocida agencia de relaciones públicas The Rendon Group, además de trabajar como consultora en este rubro a nivel internacional para diversas empresas durante su residencia en España. Es miembro de la Public Relations Society of America desde 2013. La Dra. Cruz se define a sí misma como una persona dedicada y perseverante, con buen humor, organizada y honesta. Busca generar investigaciones novedosas que puedan incorporarse en el salón de clases. Lo que más disfruta de la docencia es ver como generación tras generación los estudiantes han triunfado en el ámbito profesional, corroborar que la preparación personal transmitida a los estudiantes tiene repercusiones en sus vidas, lo cual la motiva a seguir dando clases. Cuenta con más de 13 años de experiencia docente en instituciones de prestigio como el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Puebla y la Universidad de las Américas Puebla, donde actualmente labora como Directora Académica del Departamento de Comunicación, imparte clases en licenciatura y maestría, además de colaborar con UDLAP Consultores.

**Tags:** [Academia UDLAP](#), [Dra. Judith Cruz Sandoval](#), [Expresiones UDLAP](#), [Redes Sociales](#), [COVID-19](#), [Coronavirus](#), [Pandemia](#), [Comunicación](#), [Reputación Online](#)