

Com aconseguir que la meua empresa estiga en internet?

Paraules Clau: web màrqueting, presència web, reputació en línia, internet

Introducció

Si eres empresari o treballas en una empresa, possiblement hages meditat sobre la conveniència que aquesta tinga una presència sòlida en internet. A causa del caràcter actual de la Xarxa, és molt probable que ja tinga una empremta en línia, impresa pels empleats, proveïdors, socis, clients, empreses de la competència o per qualsevol internauta interessat. El rastre en què es materialitza aqueixa empremta porta aparellada una reputació en línia, amb efectes dins i fora d'internet.



Per tant, és recomanable assegurar una presència controlada que permeta mantenir una reputació en línia positiva, a més de possibilitar altres objectius com el contacte directe amb proveïdors, clients, etc. o les vendes i ofertes de serveis.

Per a açò, primerament cal reflexionar sobre el paper que exerceix la teua empresa i sobre els seus objectius, analitzant serveis i productes, destinataris reals i potencials, proveïdors, socis i sector en què se situa. Amb tota aquesta informació es pot començar

a planificar la seua presència web, que cristal·litzarà en una estratègia amb objectius a curt, mitjà i llarg termini.

Internet compta amb una gran varietat de serveis útils per a les empreses, que poden agrupar-se en categories segons la seua finalitat.

1. Motors de cerca

Els cercadors com Google, Bing o Yahoo! suposen el punt d'inici natural de molts internautes per a resoldre les seues necessitats informatives. Per açò, poden ser el primer punt de trobada entre una empresa i un client potencial.

Per a aconseguir que un cercador mostre la referència de la nostra empresa entre els resultats d'una cerca hi ha dues tècniques complementàries: el SEO, que cerca un posicionament de la nostra referència entre els primers resultats de manera natural, i el SEM, que permet aparèixer mitjançant pagament en les àrees de resultats promocionats (anuncis). Els cercadors també permeten la geolocalització a través de mapes on apareixen tendes, negocis, etc., es pot crear un perfil geolocalitzat de l'empresa en [Google My Business](#) o Bing Places.

2. Llocs web corporatius.

Un lloc web està conformat per una estructura coherent de pàgines web que facilita l'accés a la informació i als serveis que conté. En el cas d'un lloc web corporatiu, representa oficialment a l'empresa. Per açò, ha de reflectir la seua missió i ajudar a complir els seus objectius. A causa de la seua importància, la resta de serveis en internet amb els quals contem solen fer referència al lloc corporatiu, canalitzant també el tràfic d'usuaris cap a ella. Açò no vol dir que la resta de serveis siguen mers apèndixs, doncs cadascun d'ells haurà de complir una funció concreta.

3. Blogs.

Un blog es diferencia d'un lloc web corporatiu en la seua finalitat: proporcionar d'una manera periòdica i constant informació actualitzada, presentada de manera cronològica. Per açò, la seua estructura és molt senzilla i no està orientada a reflectir la complexitat de funcions i serveis d'un lloc web. Pot servir per a presentar les novetats de l'empresa en un to informal i de proximitat amb els lectors.

4. Mitjans socials.

Els mitjans socials abasten tots els serveis web orientats a les aportacions, intercanvis de continguts i relacions entre els seus usuaris, tot açò d'una manera pública i visible: xarxes socials, wikis (com Wikipedia), marcadors socials (com [Delicious](#)) o agregadors socials de notícies com [Reddit](#).

Els mitjans socials poden utilitzar-se com a canal per a publicitar les novetats publicades en el nostre blog o lloc web; per a interactuar amb clients o proveïdors i conèixer-los una mica més; per a saber què es diu sobre la nostra empresa; per a realitzar promocions, o per a publicar anuncis de pagament en xarxes com Facebook o LinkedIn.

5. Directoris.

Els directoris en línia permeten l'accés a llistes d'enllaços a llocs web, estructurades de manera que faciliten la seua consulta. Les empreses poden utilitzar-los per a donar-se a conèixer com a part del sector o categoria on s'incloga el seu perfil.

La seua tipologia és àmplia: hi ha directoris generals com [dmoz](#), orientats als clients; directoris d'empreses i negocis com [Expansión](#); o directoris d'empreses especialitzats com [Capagraf](#), per nomenar uns pocs.

6. Federacions i associacions empresarials

Les federacions i les associacions empresarials també compten amb els seus propis llocs web, on informen sobre les novetats del sector i permeten establir relacions de tipus B2B (de negoci a negoci). Aquestes agrupacions poden ser tant sectorials com multisectorials, i algunes d'elles compten amb els seus propis directoris com [AMEC](#).

7. Portals de comerç electrònic

Si la teua empresa comercialitza productes, pots utilitzar les plataformes de tercers per a exposar-los i vendre'ls. Suposen un lloc de reunió de venedors i compradors on l'èmfasi es posa en el producte.

Els portals de comerç poden tenir una orientació vertical (especialitzats, com [Agroterra](#)) o horitzontal (generalistes, com [eBay](#)); especialitzar-se a oferir descomptes en la compra ([Groupalia](#)); orientar-se al mercat B2B, com [SoloStocks](#); etc.

Això és tot? Amb quin em quede?

La innovació és una de les característiques dels serveis web. Convé estar al dia dels que van eixint, però sobretot és aconsellable estudiar-los des d'un punt de vista crític i avaluar la seua utilitat en el nostre cas.

Cadascun d'aquests serveis és complementari a la resta. Segons els objectius que s'haja marcat l'empresa respecte a la seua presència web, triarà un o més d'ells. La majoria requereix una atenció continuada, la qual cosa és lògica si volem que la nostra presència vaja més enllà de la d'una targeta de visita.

En tots els casos, l'elecció passarà per una planificació prèvia que determine, a més a més, qui es responsabilitza de mantenir aquests serveis, què es va a publicar i a compartir, com es va a interactuar amb la resta d'usuaris i de quina manera anem a traure profit de la nostra presència web.



Autor: **Daniel Casanova Bono**, *Diplomat en Biblioteconomia i Documentació per la Universitat de València, Màster CALSI (Especialitat en Serveis i Continguts Web) per la Universitat Politècnica de València. Actualment presta serveis orientats al disseny i manteniment de llocs web, la gestió de continguts i la dinamització en els Social Media. Correu electrònic: danielcasanovabono@gmail.com*