



Los mensajes en redes sociales deben ser claros y evitar las dobles lecturas

En las campañas de publicidad de las empresas, especialmente aquellas desarrolladas en las redes sociales, es fundamental evitar mensajes ambiguos, aquellos que puedan ser interpretados como discriminatorios o cualquier otro tipo de comunicación que busque sacar provecho de una situación lamentable

Algunos ejemplos de compañías que han utilizado este tipo de mensajes son:



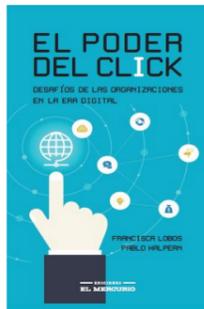
Hace algunos años, Dove lanzó una publicidad que promocionaba un jabón, en el que aparecía una mujer afroamericana que al sacarse la polera, se volvía blanca. Si bien el mensaje que quería transmitir la marca consistía en que el jabón era para todo tipo de piel, la lectura en las redes sociales fue otra: una mujer afroamericana se volvía blanca tras lavarse con un jabón de la firma. Dove fue acusada de racista

Luego de la muerte del conocido cantante Prince, Cheerios escribió en Twitter "Rest in peace", utilizando una imagen del cereal para poner el punto en la "i". El mensaje iba acompañado con el hashtag #Prince. El tuit provocó las críticas de usuarios en Twitter, que consideraron que la empresa se aprovechó de la muerte del músico para hacer publicidad



Aunque parezcan obviedades, abundan los ejemplos de mensajes desafortunados, que ocasionaron daño a la marca que lo reprodujo. Frente a esto, es fundamental que el foco de los mensajes en las redes sociales este puesto en entregar un mejor servicio y experiencia a los clientes, evitando mensajes confusos o indirectos que puedan generar interpretaciones indeseadas

Novedades del centro



El Poder del Click: Desafíos de las organizaciones en la era digital

En el mundo globalizado, la modalidad online se ha transformado en una nueva forma de relacionamiento, lo que ha implicado un gran desafío para las empresas. De esta manera, obtener y mantener la confianza de las personas será la clave del éxito y dónde se fundará el verdadero poder del click.

Ediciones El Mercurio
Disponible en librerías, Amazon y Google Play.
Para comprar el libro en formato eBook, haga click en uno de los siguientes links: [Amazon](#) o [Google Play](#)

¿DESPRESTIGIO EMPRESARIAL? Cómo restaurar la confianza



Desprestigio Empresarial: ¿Cómo restaurar la confianza?

Los escándalos ocurridos en los últimos años han provocado una caída en la reputación de las empresas y han dañado su legitimidad. Pero ¿cuáles son las verdaderas causas y efectos de esta pérdida de confianza? y más necesario aún ¿cómo se puede recuperar?.

Ediciones El Mercurio
Disponible en librerías, Amazon e iTunes.
Para comprar el libro, haga click en el siguiente link: [Amazon](#)



Nuevo Pacto Social: ¿Qué se espera de la empresa?

Estudio que analiza las percepciones de los trabajadores con respecto al rol social que cumplen las empresas, antes y después del 18-O, identificando propuestas concretas para las compañías.

Para ir al informe haga click en el siguiente link [ver informe](#)



“Reputación de las Familias Empresarias en Twitter”

Informe realizado junto al Centro de Familias Empresarias del ESE Business School, que ahonda en la percepción que se desarrolla en la red social de Twitter sobre las empresas familiares y las familias empresarias propietarias de las mismas, identificando a partir de esto algunas recomendaciones.

Para ir al informe haga click en el siguiente link: [Ver Informe](#)

¡Síguenos en nuestro LinkedIn!

[Centro Reputación Corporativa ESE Business School](#)



Centro Reputación Corporativa
ESE Business School
Universidad de los Andes
[www.ese.cl](#)