

Las comunidades digitales, una invitación a mantenerte siempre conectado

Hector Cabada

Especialista de investigación y Líder de Comunidades

Mail: Hector.Cabada@ipsos.com

Vivimos en un mundo con diferentes maneras de pensar y de actuar, y sobre todo con muchísima información. Las redes sociales, los foros, blogs, páginas web y más, inundan actualmente la web y ayudan a democratizar la información para todos. A diferencia de décadas anteriores, la comunicación se da hoy de manera mucho más masiva y con un flujo constante. Según una encuesta de Ipsos, 13.2 millones de peruanos conectados hoy son usuarios de redes sociales (1) (2)

Facebook, Instagram, Tik Tok y, especialmente, Twitter poseen gran relevancia no solo para compartir nuestro día a día y permitirnos pasar un momento entretenido en tiempos de pandemia, sino y, sobre todo, para hacernos oír.

Las causas sociales, los movimientos culturales y velar por una mejor y más justa sociedad, están generando que las personas se vuelquen a estas redes para demandar los cambios que esperan; no quedándose callados ni estáticos frente a lo que consideran abusos. Hemos visto hace muy poco en el país cómo la organización por medio de las redes sociales causó un despliegue enorme en las calles. Twitter fue un aliado muy importante para conocer los horarios, puntos de reunión y hasta cómo organizarse de la mejor manera (3). Así como sucedió en los Estados Unidos, en Perú se proyecta que las redes sociales cumplirán un papel protagonista en las próximas elecciones (4)

¿Cuál es el factor común de todo esto? Hacerse oír, generar cambios y sobre todo pertenecer, ser parte de un todo más grande.

Este último punto, el pertenecer, es lo que más nos mueve y ha sido siempre una variable que nos ha acompañado en nuestra vida. Desde el colegio, la universidad, el barrio (un concepto que tristemente cada vez es más lejano) y la propia familia; siempre buscamos sentirnos comprendidos, resguardados, tener un grupo común que nos haga sentir parte de; personas que compartan nuestros mismos intereses y sean lo más parecido a nosotros.

Estas mini comunidades sociales son las que organizan y moldean nuestro comportamiento. Se trata de micro universos que nos hacen sentir seguros de que seremos oídos y no juzgados, y que la información que allí se comparte se retroalimentará y se hará aún más rica.

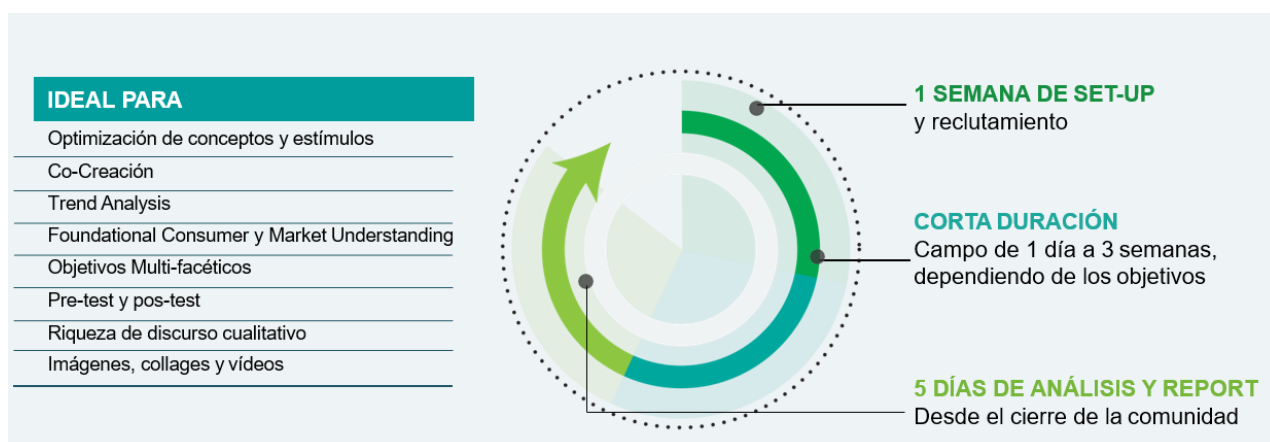
Entonces, si es evidente que nuestras interacciones no solo están migrando hacia lo digital, sino que también se están multiplicando y con ello evolucionando nuestra forma de interactuar, generar y consumir contenido entre nosotros; también debería ser que, como tomadores de decisiones de diferentes marcas, productos y servicios, es clave entender a nuestros usuarios y potenciales usuarios de esta forma también ¿verdad?

Desde hace algunos años, en Ipsos hemos decidido que esta es nuestra apuesta hacia el futuro del entendimiento de las personas. El poder entender a los individuos desde sus diferentes roles a partir de establecer Comunidades Digitales de investigación e interacción, donde brindamos a los participantes un espacio virtual para interactuar y compartir sus ideas durante un mayor tiempo, ya sea durante semanas o meses.

El sistema es sencillo: reclutamos a los participantes según el perfil requerido, diseñamos actividades relevantes para ellos y según los objetivos que queremos alcanzar, subimos las actividades a realizar en la plataforma y son los consumidores invitados quienes deben respondernos mediante texto, fotos y/o videos buscando siempre retroalimentar las respuestas de otros y/o darles un “Me gusta”. Tal como lo hacen hoy en las redes sociales a las cuales pertenecen.

Esta herramienta nos da la posibilidad de entender 24/7 qué es lo que está ocurriendo en la vida de las personas (en su casa, en su oficina, en sus espacios de interés) y qué opciones tienen las marcas de estar presentes en estos momentos. A diferencia de un panel online, aquí las personas se vinculan gracias a sus motivaciones y temas de interés y es esto lo que genera mayor *engagement*.

Gráfico 1. PARA COMUNIDADES DE CORTA DURACION



La comunidad digital es hoy en día una de las herramientas más versátiles para entender lo que sucede a nuestro alrededor y lo mejor de todo es que nos permite diseñarla dependiendo los objetivos que queremos alcanzar. Una vez que el objetivo queda claro se establecen las herramientas que se emplearán a la interna, el número de participantes, la duración, pero siempre con la consigna de contar con personas interesadas en el tema del que vamos a conversar y en compartir sus experiencias.

Un componente muy importante en la oferta de valor de Ipsos y nuestro diferencial, es el seguimiento que hacemos mediante el community manager. Es esta persona la que propicia y genera la conversación, realiza las repreguntas, y la que se preocupa de que todos se sientan escuchados y valorados.

Una comunidad es ideal para:

- Test de concepto y/o productos
- Análisis de tendencias y necesidades actuales
- Entendimiento del mercado y consumidor
- Journey de compra
- Co-creación

Como Ipsos tenemos la misión de que todos seamos escuchados, ya que consideramos que es la única forma de generar cambios y pasar de ser actores secundarios a ser protagonistas.

¡Los invitamos a co-crear con nosotros sus próximas comunidades!



Fuentes

(1) <https://www.ipsos.com/es-pe/uso-de-redes-sociales-entre-peruanos-conectados-2020>

(2) <https://frpinforma.es/poder-redes-sociales/>

(3) <https://elcomercio.pe/somos/historias/protestas-redes-sociales-que-rol-estan-cumpliendo-en-crisis-politica-en-el-peru-vacancia-presidencial-congreso-noticia/>

(4) <https://pressperu.com/redes-sociales-las-nuevas-protagonistas-de-las-elecciones/>