

Manejar conflictos en las redes sociales



Una capacitación



**Jasmin Roy
Sophie Desmarais**

FOUNDATION

PROPULSADA POR



Cómo detectar diferentes tipos de comentarios

- **Acoso:** Identifique los comentarios hostiles que tienen como objetivo dañar su marca y sus clientes ya que, a veces, van acompañados de palabras groseras. Estos comentarios se vuelven difamatorios cuando afectan la integridad de una persona o de su marca. Responda recordando a quien comenta las reglas de conducta de su marca y reportando cualquier comentario difamatorio a las autoridades correspondientes.
- **Troleo:** Los troles suelen dejar comentarios que no tienen ningún vínculo con la publicación o la marca, y lo único que buscan es provocar. No interactúe con los troles, en lugar de eso, repórtelos y bloquéelos.
- **Ostracismo:** Cuando una persona objetivo está siendo ignorada a través de comentarios. Responda interactuando con la persona objetivo y fomente una discusión positiva sobre su marca.
- **Críticas dirigidas, poco constructivas y repetitivas:** Cuando alguien comparte una opinión arbitraria y desfavorable sobre tu marca, un producto o una persona. Responda agradeciendo sus comentarios y brindándoles información constructiva que pueda ayudarle a responder sus inquietudes.
- **Provocación:** Cuando un cliente crea una publicación o un comentario gracioso para reírse de tu marca. Responda usando el humor para aligerar la situación y mostrar que su marca tiene un lado humano.
- **Camuflaje:** Cuando alguien combina elementos hostiles y amistosos en la misma publicación, lo que puede resultar ambiguo para las personas que lo ven. Responda corrigiendo cualquier comentario engañoso y compartiendo la información correcta. Use emojis y gifs para aligerar el tono de su respuesta y evitar sonar santurrón.

Recuerde, lo más importante es responder adecuadamente y en el momento oportuno. Responder con empatía, humor y profesionalismo puede ser de gran ayuda para manejar la reputación de su marca en las redes sociales.

Las mejores prácticas para responder como administrador de redes sociales

- No olvidar las reglas de buena conducta al responder al acoso.
- Fomentar los comentarios positivos de los usuarios que defienden la marca.
- Corregir la información errónea y compartir información precisa cuando responda a comentarios engañosos.
- Oculte o bloquee los comentarios de ciertas personas si infringen las normas de la comunidad.
- Use emojis y gifs para agregar un tono relajado a las respuestas.

Independientemente del enfoque que elija, es esencial manejar los comentarios negativos con cuidado y empatía para mantener una imagen positiva de la marca.

Recursos adicionales

Hassan, M., & Casaló Ariño, L. V. (2016). Consumer devotion to a different height: How consumers are defending the brand within Facebook brand communities. *Internet Research*, 26(4), pp. 963-981

Breitsohl, J., Roschk, H., & Feyertag, C. (2018). Consumer Brand Bullying Behaviour in Online Communities of Service Firms. *Service Business Development*, pp. 289-312

Dineva, D. P., Breitsohl, J. C., & Garrod, B. (2017). Corporate conflict management on social media. *Journal of Marketing Management*, 33(9-10), pp. 679-698.

Jang, H., Olfman, L., Ko, I., Koh, J., & Kim, K. (2014). The Influence of On-Line Brand Community Characteristics on Community Commitment and Brand Loyalty. *International Journal of Electronic Commerce*, 12(3), pp. 57-80.