

# INFORME

JUNIO 2010

zona **Bancos**

.com

# Las entidades financieras argentinas y las redes sociales

*Estrategias, recomendaciones y ejemplos para ganar clientes con la web 2.0*

Incluye relevamiento de datos de entidades argentinas

facebook

LinkedIn

twitter

YouTube

zonaBancos » Informa | Compara | Asesora

Engineered by **Financ** Ventures S.A.

**zB**

.com

# Las entidades financieras argentinas y las redes sociales

---

Estrategias, recomendaciones y ejemplos  
para ganar clientes con la web 2.0

JUNIO 2010

## Resumen

En pleno auge de las redes sociales, los bancos argentinos parecen todavía no aprovechar al máximo las ventajas de la web 2.0 para relacionarse con los clientes actuales y lograr nuevos.

De acuerdo al informe de D'Alessio IROL a Marzo de 2010, nuestro país cuenta con 18 millones de usuarios de Internet, alcanzando el **43% de la población**. Pero el dato importante es el que sigue a continuación: **7 de cada 10 internautas son usuarios de redes sociales**, es decir, que aproximadamente 12 millones de argentinos participan en estas redes.

**Seguramente uno de los principales temores por parte de las entidades sea quedar expuestos a las críticas y/o quejas de parte de los usuarios y que éstas puedan ser vistas por cientos o miles de personas generando una supuesta mala imagen para la entidad.**

En realidad, lo que deberían saber aprovechar es la facilidad que estas redes les otorgan para canalizar y dar curso a esas quejas o críticas, dejando así una buena imagen tanto para el cliente como para el resto de los usuarios que siguen a la entidad de manera online. Además, **el hecho de que la entidad decida no tener presencia oficial, no indica que las críticas no existan de todos modos y siempre es bueno que exista una voz oficial que conteste a tiempo las quejas.**

Por lo expuesto anteriormente, es que muchas entidades eligen utilizar las redes de manera *unidireccional*, moderando o suprimiendo los comentarios por parte de los usuarios.

El presente informe contiene datos estadísticos así como estrategias, ejemplos y recomendaciones de mejores prácticas en la materia utilizadas por bancos de otros países y locales para que las entidades financieras argentinas aprovechen y exploten al máximo las redes sociales.

Finalmente, se destaca que ZonaBancos.com, puede diseñar la política, procesos y procedimientos que permitan una adecuada administración del riesgo reputacional online en el marco del entorno de las redes sociales y otras herramientas de la web 2.0.

## STAFF

Director General  
**Marcelo Zárate**

Director del Informe  
**Diego Monteleone**

Analistas  
**Martín Rodríguez**  
**Carlos Gerard**

Depto. Comercial  
**Miguel Melillo**

reportes@zonabancos.com

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	5
2. REDES SOCIALES .....	7
FACEBOOK .....	9
TWITTER .....	10
LINKEDIN .....	11
YOUTUBE .....	12
3. CÓMO LAS REDES SOCIALES VAN A CAMBIAR EL NEGOCIO BANCARIO .....	13
RIESGO REPUTACIONAL EN ENTIDADES FINANCIERAS.....	14
REPUTACIÓN ONLINE.....	17
OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE ORM.....	17
PASOS A SEGUIR PARA COMENZAR CON ORM.....	18
REDES SOCIALES: FOCO EN LAS PERSONAS .....	20
EL RIESGO OPERACIONAL DE LAS REDES SOCIALES: UN NUEVO PARADIGMA PARA CTOS Y LAS ÁREAS LEGALES DE LOS BANCOS.....	22
4. BANCOS 2.0: CÓMO USAN LOS BANCOS LAS REDES SOCIALES .....	26
ARGENTINA.....	26
ESTADOS UNIDOS.....	29
BRASIL .....	30
ECUADOR .....	31
COLOMBIA .....	31
ESPAÑA .....	33
5. ESTRATEGIAS DE CÓMO GANAR CLIENTES CON LA WEB 2.0.....	34
VENTAJAS DE TENER PRESENCIA OFICIAL EN LAS REDES SOCIALES.....	34
CIBEROCUPACIÓN EN REDES SOCIALES.....	35
DESEMBARCAR EN LAS REDES SOCIALES.....	35
MEJORES PRÁCTICAS A UTILIZAR.....	36
LA IMPORTANCIA DE DARSE A CONOCER .....	38
EL ROL DEL COMMUNITY MANAGER .....	39
EL PODER DEL MARKETING VIRAL .....	40
SOFTWARE Y HERRAMIENTAS RECOMENDADOS.....	41
6. CONCLUSIONES .....	44
7. ANEXOS Y CUADROS.....	46