

Los 7 errores que no debemos (volver a) cometer

Escrito por Fernando Saiz

Miércoles, 10 de Julio de 2013 14:13 - Actualizado Lunes, 16 de Septiembre de 2013 09:28

una anécdota, ni una historia, ni una palabra fuera de traste. Empatía cero, eficacia cero.

5. Empezar un blog y no cuidarlo. El blog corporativo es escaso cuál crédito bancario, pero si te decides a montar uno hay que mimarlo como a un bonsái. Me sé yo de una gran compañía con decenas de miles de trabajadores y océanos de conocimiento que lanzó un blog y 16 meses después su balance es: tres posts del consejero delegado y sesenta y tantos de otros empleados. Para ese viaje no hacían falta alforjas.

6. Creer que evitar las preguntas incómodas es la mejor manera de comunicar. Le pasó al Rey, con la infausta entrevista de Jesús Hermida (nunca una iniciativa ha hecho tanto por la causa republicana) y le está pasando a los dirigentes del PP (a beneficio de UPyD). Este error es el más difícil de extirpar porque forma parte del canon de las buenas prácticas del responsable de comunicación del siglo XX.

7. Titular una pieza de Internet empezando con un número. Ya saben, eso de '5 maneras de conquistar al hombre de tu vida'. Supuestamente, los números funcionan en los titulares porque todo el mundo sabe contar (quién y más y quien menos aprendió en *Barrio Sésamo*) y porque prometen concisión y resultados. Sin embargo, no parece demostrado que eso atraiga tráfico ni que sirva a los propósitos de esa alquimia indescifrable que llaman SEO. El caso es que titular así se ha convertido en una tendencia facilona y torpe... de la que es difícil escapar.

"Experiencia es esa cosa maravillosa que te permite reconocer un error cuando lo vuelves a cometer" (Franklin P. Jones)