

Alertas de búsqueda

Una de las primeras acciones que hacemos, o deberíamos hacer para saber que dicen de nosotros los medios, la competencia, los clientes, etc. —la reputación online, vamos— es programar alertas de búsqueda.

Programarlas es bastante sencillo, pero **hay que hacerlo con ciertos parámetros**, como por ejemplo *nombre de la empresa, novedad, fuentes, idioma, región, etc.* De esta forma cuando nos llegue un aviso podremos revisar la publicación, porque si la alerta no es nuestra, a saber que dicen.

Los buscadores, y decimos «los», en plural, **porque no solo existe Google**, tienen su propio sistema de alertas, fácil de configurar y usar. Es básico, pero nos puede servir si queremos mensajes a través de información general.

Después, cuando ya estemos más familiarizados con esas alertas, podemos ir a **otros sistemas más profesionales**, muy configurables, donde nos podemos perder en un mar de opciones, y por lo tanto muy completos. Por ejemplo, *frases, nombre de empresa o de persona, imágenes, fechas, medios, países, etc.* **En estos sistemas podemos pedir o separar las alertas en diferentes tipos** y por lo tanto son verdaderamente útiles. Pero ¡cuidado!, debemos saber como funciona un buscador a fondo, para que lo que programemos sea lo correcto.



logo azul y negro ProMonitor

Y luego hay servicios como **ProMonitor**, donde nosotros, con la información que usted nos facilite, programaremos estas búsquedas. Actuaremos según los protocolos marcados y consensuados, por supuesto, con usted, nuestro cliente.

Así que ya lo ve. Usted, su producto o su empresa tienen varias opciones: si no sabe o no puede hacerlo; si lo sabe y puede hacerlo, o **si prefiere dejar este tema en manos de unos profesionales. En este caso, podrá dedicar más tiempo a su actividad, obtendrá mejores resultados, podrá actuar en consecuencia contando también con nuestro asesoramiento y recibirá un completo informe mensual del trabajo realizado.**

Imagen principal: mohamed Hassan en Pixabay