

# **Unidad 4: Comunicación digital con clientes (correo, redes sociales, mensajería)**

## **Introducción**

La comunicación digital con clientes es uno de los pilares de la empresa moderna. En un entorno global e hiperconectado, las organizaciones utilizan múltiples canales digitales para interactuar con su público: correo electrónico, redes sociales, mensajería instantánea y chatbots. El reto no consiste únicamente en estar presente en estos canales, sino en gestionarlos de forma profesional, accesible y coherente con la estrategia empresarial.

## **Correo electrónico profesional**

El correo electrónico sigue siendo el canal más utilizado para la comunicación formal con clientes. Buenas prácticas: • Asunto claro y conciso. • Uso de un tono profesional y personalizado. • Firma corporativa con datos de contacto accesibles. • Adjuntar documentos en formatos accesibles (PDF etiquetado, Word estructurado). • Evitar el uso excesivo de imágenes sin descripción. El correo electrónico es también una herramienta clave en campañas de marketing digital segmentado.

## **Redes sociales como canal de comunicación empresarial**

Las redes sociales permiten a la empresa interactuar con clientes en tiempo real. Funciones principales: • Difusión de productos, servicios y novedades. • Atención al cliente a través de mensajes directos y comentarios. • Monitorización de la reputación corporativa. • Creación de comunidad y fidelización. La gestión debe incluir protocolos de respuesta rápida, lenguaje inclusivo y estrategias de accesibilidad (por ejemplo, uso de texto alternativo en imágenes y subtítulos en vídeos).

## **Mensajería instantánea y chatbots en la atención al cliente**

Aplicaciones como WhatsApp Business, Telegram o Messenger se han convertido en canales habituales para la atención al cliente. Ventajas: • Comunicación inmediata y personalizada. • Posibilidad de enviar documentos, enlaces y contenido multimedia. • Integración con chatbots para respuestas automáticas. Los chatbots accesibles permiten atender consultas frecuentes, con compatibilidad para lectores de pantalla y respuestas adaptadas en lenguaje claro.

## **Accesibilidad en la comunicación digital**

La accesibilidad es un factor clave en la comunicación digital: • Uso de texto alternativo en imágenes publicadas en redes sociales. • Subtítulos y transcripción en vídeos y audios. • Mensajes claros, breves y comprensibles. • Interfaces accesibles en las aplicaciones de mensajería. • Atención al cliente que contemple diversidad de necesidades (visual, auditiva, cognitiva). Una comunicación digital accesible aumenta la inclusión y refuerza la reputación corporativa.

## **Ejemplo práctico**

La empresa ficticia “Digital Conecta S.L.” implementa una estrategia integral de comunicación digital: - Correos electrónicos personalizados con documentos accesibles. - Publicaciones en redes sociales con descripciones alternativas en imágenes. - Canal de WhatsApp Business para atención rápida, complementado con un chatbot accesible. Gracias a estas medidas, la empresa incrementa su satisfacción del cliente y mejora su posicionamiento en el mercado.

## **Errores comunes y recomendaciones**

• Responder tarde o no responder a los mensajes de clientes. • Usar un lenguaje demasiado técnico o poco claro. • Publicar en redes sociales sin criterios de accesibilidad. • No coordinar los diferentes canales digitales. • Depender en exceso de los chatbots sin supervisión humana. Recomendación: mantener la coherencia en todos los canales, aplicar criterios de accesibilidad y garantizar una atención personalizada.

## **Conclusión y ejercicios de repaso**

La comunicación digital con clientes mediante correo, redes sociales y mensajería es esencial en la empresa contemporánea. Su gestión eficaz y accesible no solo mejora la relación con el cliente, sino que también fortalece la imagen corporativa. Ejercicios de repaso: 1. Explica la importancia del correo electrónico en la comunicación con clientes. 2. Menciona dos funciones principales de las redes sociales en el ámbito empresarial. 3. ¿Qué ventajas ofrece la mensajería instantánea en la atención al cliente? 4. Indica tres medidas para garantizar la accesibilidad en la comunicación digital. 5. A partir del ejemplo práctico, ¿qué resultados obtuvo la empresa ficticia con su estrategia digital?