NUEVAS TECNOLOGÍAS

#AbogadosenTwitter @alfherranz vs @luisabeledo, conversadores natos

FERNANDO J. BIURRUN

Abogado, consultor social media @fbiurrun

La presencia en redes sociales exige una dedicación importante, no es extraño ver cuentas de abogados y de despacho de abogados *abandonadas* en las que el último contenido es de hace meses o años. Abrir una cuenta en redes sociales tiene un coste o, si lo entendemos como una acción de futuro, una inversión. Una de las tareas que se incorpora en nuestra actividad es la de suministrar contenidos interesantes para nuestros seguidores: referencias a nuestro blog, noticias, blogs de compañeros, cometarios sobre la actualidad...

Tan importante como tener un plan de contenidos, es establecer relaciones con otros usuarios: conversar. Mediante la conversación, se interactúa, se establecen relaciones, se incrementan las posibilidades de aumentar contactos y, en definitiva, de captar clientes. Las conversaciones abiertas permiten que otros usuarios se incorporen, que se crucen opiniones y que nuestra actividad social se enriquezca, todo ello, manteniendo un tono correcto, cercano y distendido. Las redes sociales nacieron con una vocación de relación, de conversación; preguntad a vuestros seguidores, pedidles su opinión, y contestadles, hablar con ellos, sed accesibles, lo agradecerán.

Fuente: Twitter 14-12-2014

Una conversación no tiene sentido, si al menos, no hay dos interlocutores. Si tuviera que hablar de dos dinamizadores de la comunidad jurídica en Twitter, hay dos perfiles que en la jerga de la red los definiría como *crakcs* de la conversaciones: Alfredo Herranz y Luis Abeledo o Luis Abeledo y Alfredo Herranz (tanto monta, monta tanto...).

El valor de conversar está en implicar a otros en participar y compartir. Tanto Luis como Alfredo son motores que activan el diálogo, el debate, las opiniones... en las conversaciones que mantienen entre ellos, y en las que lideran con otros tuiteros. Hasta llegaron a promover debates en sus respectivos blogs defendiendo posturas contrarias sobre diferentes aspectos legales o de las redes sociales bajo el hashtag #retroblog.

Lo divertido de las conversaciones en Twitter es que los usuarios se incorporan libremente y terminan los tuits llenos de nombres de perfil y con muy poco espacio para los textos.

Engagement

El *engagement* o tasa de compromiso mide el impacto que tiene nuestra actividad en las redes sociales en nuestros seguidores: el grado en que un consumidor interactúa con la marca. Se mide por el porcentaje del número de favoritos o me gusta, retuits o compartir y menciones en relación al número de seguidores que han impreso nuestras publicaciones. Cuanto más alta es, mayor es el compromiso con la marca. Ciertamente, las empresas de consumo son las que manejan grandes tasas de compromiso.

Sintetizar es un arte y comunicar con gracia, con ironía, con talento, otro.

Uno de los debates que propusieron en su día fue sobre klout, sobre la validez de esta clase de índices. Uno a favor o en contra. Con independencia de las opiniones y la sana rivalidad que manifiestan por superarse, he querido traer a Luis y Alfredo como ejemplo de dos perfiles dispares en imagen, contenidos, seguidores, producción de tuits... y cómo ambos mantienen un nivel parejo como influenciadores en el ranking de kloutspain.

Las diferencias en el engagement a favor de Alfredo (tasa de retuits y de favoritos), se compensan con la actividad de Luis en su número de tuits, además del impacto que pueden tener en la actividad de las otras redes sociales.

Dos perfiles que aportan, comparten, participan e invitan a participar. Dos compañeros accesibles y que deberían estar en tu TL.

@alfherranz / Alfredo Herranz

Perfil: profesional

Número de Tuits: 26.000

Perfiles a los que sigue: 521

Número de seguidores: 1.966

Listas que le siguen: 93 (47/1.000 followers)

Incremento de seguidores (último mes): 145

Tuits al día (27-5-2014/14-12-2014): 15,74/día

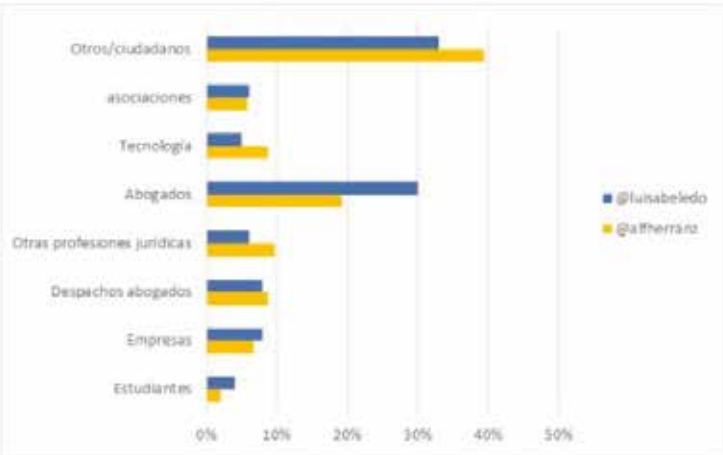
Imagen:

- **Avatar:** imagen personal, con atuendo de montaña, en actitud reflexiva, concentrado. Incorpora la #T contra las tasas judiciales.
- **Encabezado:** una hermosa vista desde rocas envueltas en nubes.
- Trasmite los valores de reflexión, meditación, profundidad, seriedad.
- **Bio:** mensaje telegráfico que combina profesión, hobbies y actitud ante la vida.
- **Enlaces:** al blog
- **Tono:** crítico, directo, dialogante, didáctico.
- **Habla de:**
  - TICs, web, protección de datos,
  - Activismo y redes sociales
  - Promueve su blog
  - Penal, extranjería
  - reflexiones personales sobre la actualidad y la Justicia.
- **Conversaciones:** conversador y comunicador, habitualmente con compañeros. Las conversaciones terminan con un gran número de usuarios (su índice de menciones es 1.34 por tuit).

Klout: presentes en un gran número de redes: 10 en el caso de Luis Abeledo, 7 en el de Alfredo Herranz, es este último el que mantiene mayor índice klout.

Fuente: www.kloutspain.coom

Perfil de sus últimos seguidores:



Sugerencias de mejora para ambos: incorporar a las conversaciones a seguidores no juristas.

@luisabeledo / Luis Abeledo

Perfil: profesional

Número de Tuits: 39.076

Perfiles a los que sigue: 1.568

Número de seguidores: 3.433

Listas que le siguen: 82 (24/1.000 followers)

Incremento de seguidores (último mes): 112

Tuits al día (30-9-2014/14-12-2014): 41,08/día

Imagen:

- **Avatar:** imagen profesional, informal, actitud sonriente, positiva. En el fondo, biblioteca legal.
- El **encabezado** es una de la biblioteca de su despacho.
- Trasmite los valores de cercanía, amabilidad, conocimiento, argumentación.
- **Bio:**resume su vida profesional en un frase, no exenta de ironía. Acompaña el enlace de su CV abreviado en aboutme.

En la localización juega con su origen y su residencia actual.

- **Enlaces:** a la web del despacho.
- **Tono:** cordial, irónico, positivo, coloquial.
- **Habla de:**
  - Noticias legales y blogs de compañeros, acompañado de cometarios .
  - Promueve su blog.
  - Música, deporte, moda, vestimenta profesional,
  - Un 26% de sus tuits son retuits.
  - Acompaña medios gráficos (fotos y videos)a a sus tuits.
- **Conversaciones:** conversador habitual, un tertuliano de la red, focalizado principalmente en compañeros. Las conversaciones terminan con un gran número de usuarios (su índice de menciones es 1.48 por tuit).