

ZONA TECNOLÓGICA

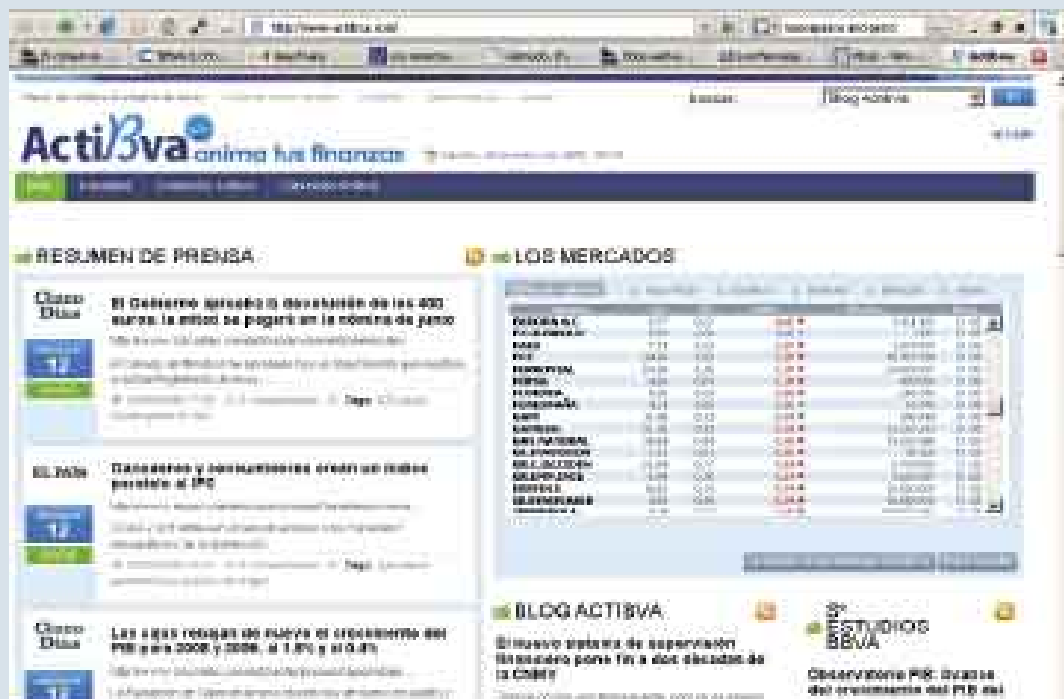
La navegación por la llamada Web 2.0 (término que identifica a los sitios que permiten crear contenidos de forma sencilla en Internet) nos llevó hasta ActiBva, una comunidad financiera lanzada en España por el Grupo BBVA. En Lima confirmaron que el sitio forma parte de una nueva estrategia para llegar a los clientes

A la caza de clientes en la red

Escribe **JUAN CARLOS LUJÁN**

Los blogs, las redes sociales, los videoblogs, los podcasts, los agregadores de noticias y otras herramientas que cada vez más atraen a más usuarios parecen no haber pasado desapercibidas ante los ojos de algunas empresas del sector financiero.

En la World Wide Web existe una tendencia a la creación de espacios interactivos en los que los usuarios emplean diversas aplicaciones que les permiten crear contenidos. Los mejores ejemplos son YouTube y Blip.tv, en el rubro de videos, Zoho y Google Docs (herramientas que rivalizan con el Office de Microsoft), Flickr y Pano-ramio, en las fotografías, y sitios como LinkedIn y Facebook. Estos últimos son sitios ideales para ampliar una red de contactos profesionales y de paso para



desarrollar campañas. No son los únicos. Delicious (<http://del.icio.us>) permite grabar en línea nuestras páginas favoritas. Fomenta la inteligencia colectiva (su buscador es mucho más efi-

ciente que Google porque los contenidos han sido valorados por las personas en lugar de un software robot). Meneame.net es otra aplicación interesante que facilita la revisión de las noticias que

los cibernautas registran, valoran y las comparten. Fue precisamente este espacio el que nos permitió llegar a ActiBva (www.actibva.com). Esta es una plataforma que reúne en su página de inicio un

marcador de noticias, blogs comunitarios, espacios de participación, guías de inversión, simuladores de hipotecas, consejos y hasta un zona de herramientas web.

Fue creado por el Grupo

Sepa más

ActiBva es un sitio independiente al espacio institucional que el BBVA tiene en la red. Opera con el soporte técnico de Weblogs y de Financial Red. Forma parte de una estrategia para captar clientes o fidelizar a los que ya tiene desde todos los espectros del ciberespacio.

BBVA en España y todo parece indicar que forma parte de una cultura corporativa –impulsada por el propio presidente de la institución, Francisco Gonzales– que probablemente la veamos pronto en la región, porque en Lima ya nos confirmaron que el grupo tiene un plan corporativo para emplear la Web 2.0.

Hay más sitios que podemos rescatar por fomentar la participación en la red. Pero, hasta donde sabemos, ActiBva es el primero en promover una comunidad financiera en la red.

www.radioz.fm

I ♥ 80's

Rock & Pop 95.5 FM

La esencia de los 80