

Weibo el Twitter chino

Weibo el Twitter chino; algunos lo definen como su escaparate en China. En 2009, estalló una revuelta en Urumqi, la capital de Xinjiang en China. Miembros de la minoría uigur atacan a miembros del grupo étnico mayoritario chino, los Han, en reacción a las operaciones para “sinizar” la región llevadas a cabo por la dictadura de Beijing.

Este último reaccionó brutalmente deportando a la minoría. Varias redes sociales acusadas de fake news , entre ellas Twitter, Plurk, Fanfou y Facebook fueron prohibidas el mismo año. Es desde el exterior, a través del vehículo de Internet, que ha penetrado la subversión anticomunista, por eso es lo que hay que combatir a los ojos de las autoridades.

Fue en este momento que nació Sina Weibo, la plataforma de microblogging que rápidamente se convertiría en la red más popular del país. Durante estos años, Weibo servirá como lugar de intercambio, información, imágenes, videos y discursos para ciudadanos chinos.

En el espacio de unos años, Weibo aflojará el dominio sobre la censura política y la propaganda del Partido, dando voz a los disidentes y críticos del régimen vigente. Durante unos años, los medios de comunicación escaparán de las manos de los burócratas del Partido.

Weibo (chino: 微博) es una red social china de microblogueos, equivalente a Twitter, fundada en 2009 por Sina Corp. Nombrado Sina Weibo en el momento de su creación, se convirtió oficialmente en Weibo en 2014, para facilitar su oferta pública (Nasdaq: WB). Hoy, con WeChat, esta red social domina el mercado en China.

La palabra «weibo» significa microblog, hay Tencent Weibo, Sohu Weibo, etc., pero de forma predeterminada, cuando decimos weibo, generalmente se refiere a Sina Weibo. Además, en este artículo usaremos esta palabra para designar esta red social.

En realidad Weibo es mucho más y combina la funcionalidad de nuestro Twitter, Instagram y Facebook . También en lo que respecta a la estructura, es una especie de mezcla entre las plataformas a las que estamos acostumbrados en Occidente.

De hecho, es similar al de Twitter, pero en términos de longitud las publicaciones se acercan más a las de nuestro Facebook (máximo 2000 caracteres). Otra diferencia radica en los hashtags . De hecho, tanto para Sina Weibo como para Tencent Weibo (otra plataforma de microblogging propiedad de Tencent), los hashtags son dobles.

Esto significa que deben insertarse tanto al principio como al final de una palabra (por ejemplo, # hashtag #). Esto se debe a la peculiaridad de la escritura del idioma chino, que necesita una etiqueta final para compensar la mala puntuación.

Datos

Datos

Se considera que Weibo es una de las principales plataformas online chinas . De hecho, los usuarios activos en China en 2020 son más de 398 millones y se espera que alcancen los 418 millones en 2021.

 **HostDime**
Premier Global Data Centers

Podemos considerar a Weibo como una de las principales plataformas online chinas . De hecho, los usuarios activos en China en 2020 son más de 398 millones y se espera que alcancen los 418 millones en 2021.

A nivel mundial, sin embargo, ya ha alcanzado los 480 millones de usuarios mensuales en 2019. Estos usuarios pertenecen a diversas clases sociales, pero cabe destacar un detalle interesante para las empresas occidentales que venden en el mercado chino. Weibo es, de hecho, una de las herramientas favoritas de la clase media alta que vive en las grandes ciudades chinas. Clase que suele inclinarse a gastar en bienes de calidad exportados desde el exterior.

Lo que podemos hacer

Los usuarios de Weibo pueden realizar muchas acciones en las redes sociales. Estos incluyen actividades sociales «tradicionales» como compartir publicaciones, fotos, videos, enlaces externos, archivos y mensajería instantánea . Luego puede seguir ciertos temas a través del hashtag (#), crear

microblogs y encuestas y buscar información o consejos. Weibo también admite actividades de juego y el uso de promociones para compras en línea en plataformas de comercio electrónico conectadas.

Finalmente, la posibilidad de seguir marcas, Key Opinion Leaders (KOL) y empresas sin tener que registrarse en la plataforma es fundamental.

La recuperación

Hace algún tiempo, la red social parecía encontrar algunos problemas. Estaban relacionados con la competencia de WeChat por un lado y los problemas de muchas cuentas falsas por el otro. Sin embargo Weibo ha sabido renovarse de forma decisiva y dinámica.

Actualmente, la red social es cada vez más versátil y cuenta con una política de fuerte control sobre las cuentas falsas . Los datos confirman el éxito de esta recuperación: los usuarios de Weibo siguen aumentando desde 2017. Como indica el CEO de Sina Weibo, Chao Guowei , la gran cantidad de usuarios de Weibo se debe precisamente a su versatilidad . De hecho, la red social logra reunir de manera efectiva las características de varias redes sociales occidentales.

Verificación de cuentas

Además de conocer Weibo y cómo funciona, es necesario saber que existen algunas medidas para superar los problemas que puede encontrar una marca. Las cuentas verificadas tienen una «V» junto a su nombre para mostrar que sus datos han sido verificados y confirmados por Weibo.

A menudo, los relatos de actores y personajes famosos se clonan . Pero esto también le puede pasar a las cuentas de las empresas . Este problema puede ocurrir cuando las empresas

utilizan cuentas ya abiertas por otros. En este sentido, nuestro consejo es siempre abrir la cuenta desde cero y hacer que se verifique . De esta forma se evitará el riesgo de clonación y se ganará una mayor credibilidad entre los seguidores de la marca.

Para marketing de empresas

Una vez que haya internalizado qué es Weibo y cómo funciona, puede pasar al siguiente paso. ¿Cómo se puede utilizar para las [estrategias de marketing](#) de una marca que quiere presentarse en el mercado chino?

Weibo se puede utilizar de diferentes formas según las necesidades de la empresa. En primer lugar, sus características lo hacen útil para comunicarse rápidamente con muchos seguidores al mismo tiempo. De hecho, recompensa la comunicación » uno a muchos «.

Por este motivo es preferible para:

- Aumento del conocimiento de la marca
- Impulso en eventos y / o promociones
- Referencia a plataformas de comercio electrónico a través de enlaces externos
- Puesta en marcha de colaboraciones con Key Opinion Leaders
- Explotación del boca a boca (difusión boca a boca)
- Inversiones en publicidad de marca (a través de anuncios gráficos, promoción en motores de búsqueda y otras técnicas publicitarias)

Otras funciones útiles para empresas

Sina Weibo tiene muchas otras características útiles para dar a conocer las marcas e interactuar con su comunidad o público

objetivo. Por ejemplo, la aplicación Miaopai permite a los usuarios compartir videos y grabar transmisiones en vivo.

El streaming en directo se ha convertido, de hecho, en uno de sus puntos fuertes, tras el éxito que ha tenido Oltre Muraglia desde hace algunos años. Dentro de Weibo, se lanzó un programa que permite a las marcas apuntar a su segmento de mercado de referencia.

El programa ofrece asesoramiento basado en los intereses de los usuarios y estimula una mayor interacción de calidad entre la marca y el consumidor. Este análisis es posible porque la aplicación se basa en el intercambio de datos. “La biología de datos dinámica es la base de Weibo”, dice el CEO Chao Guowei.

El potencial de una cuenta oficial

En Sina Weibo puedes abrir una cuenta oficial verificada , que puede ser individual o para organizaciones (empresas, marcas, etc ...). Las cuentas de celebridades reciben una insignia «V» naranja, mientras que las cuentas corporativas reciben una insignia «V» azul.

La verificación de cuenta ofrece varios beneficios. En primer lugar, fomenta la confianza y la buena reputación entre los fans, que saben que la cuenta y sus contenidos son gestionados por la propia empresa. Además, te permite publicar información sobre productos y campañas promocionales, estimulando la interacción con los clientes.

Weibo ofrece muchas funciones para cuentas verificadas, como configuraciones avanzadas de personalización de páginas y servicios adicionales para mensajería masiva, creación de eventos y análisis de datos . Además de esto, al registrar una cuenta oficial es posible publicar anuncios de varios tipos.

Leer también: [La guerra de los chips y semiconductores entre China y Estados Unidos](#); [¿Es TiK Tok malo, peligroso o](#)

inseguro?; Seguridad, ¿el talón de Aquiles del 5G?