



Cada vez son más quienes desean eliminar su cuenta en Facebook de forma definitiva. Sin embargo, no resulta tan sencillo. Conozca las ingeniosas técnicas empleadas por la popular red social para mantenerle 'atrapado'.

Los ingresos publicitarios de Facebook dependen, en buena parte, del número de usuarios a los que pueda mostrar publicidad. Cuantas menos cuentas haya, menor será su beneficio, y la empresa no está dispuesta a perder la batalla, indica la página web Fast Factory.

El portal enumera cuatro de los trucos que emplea la red social citados por el escritor y experto en dinámica de trabajo Daniel Pink.

1. Que abandonar sea sumamente complicado

La opción de borrar su cuenta de Facebook está 'enterrada' en el centro de ayuda y muchos únicamente logran dar con ella gracias a una búsqueda en Google. Una vez encontrada, no es suficiente con hacer 'click' un par de veces. Si decide borrarla, debe detallar las razones por las que desea marcharse. Y en el trayecto, la red social puede acabar convenciendo al usuario de

que en realidad no quiere irse.

2. Evitar la eliminación total

Dejar un sitio web debería ser más fácil que acabar con una relación en la vida real. Sin embargo, con Facebook se convierte en todo un desafío. La red social ofrece la opción de "tomarse un tiempo" en lugar de "dejarlo para siempre", explica el artículo de Fast Factory.

"Recuerde que no podrá reactivar su cuenta ni recuperar nada que haya añadido", indica la red social a quienes se plantean borrar su perfil, pero existe la posibilidad de desactivar la cuenta.

"Si desactiva su cuenta, Facebook guarda la información de su biografía por si decide volver". Resulta una opción bastante atractiva para muchos, especialmente dado que si uno decide reactivarla, simplemente debe iniciar su sesión como lo hacía en el pasado.

3. Llevar el asunto al terreno personal

Las historias personales son difíciles de borrar, explica Pink. Justo en el momento en el que decide desactivar su cuenta, Facebook muestra al usuario cinco fotos de perfil de sus amigos sobre las que aparecen sus nombres y las palabras "te echará de menos". "Poner 'la gente va a estar decepcionada' no es tan persuasivo como 'Alex te extrañará', en la que prácticamente uno puede evocar la imagen de la cara de Alex frunciendo el ceño", agrega el escritor. Se trata de apelar a las emociones en lugar de a la razón, algo que suele dar buenos resultados en términos de persuasión.

4. Precisar cuál es el verdadero problema

Otro de los trucos nombrados por Pink es "tratar de meterse en la cabeza del usuario y entender cuál es el problema".

Una vez que Facebook identifica por qué desea marcharse le ofrece una serie de soluciones. Así, si por ejemplo informa que su cuenta fue 'hackeada', la red social le enseña cómo hacerla más segura con el fin de convencerle de que no se vaya. Si está cansado de recibir mensajes,

le muestra como desactivarlos.

"Es un negocio inteligente", apunta el experto. No obstante, subraya, es un tanto coercitivo que Facebook pida a los usuarios que expliquen las razones por las que se van. "Es raro ver eso en otros negocios. Imagine que quiere dejar de llevar la ropa a la lavandería de siempre y que le digan: 'De acuerdo, pero debe decirnos por qué o no le devolveremos sus prendas'".