

Veículo: CDL News
Data: 29/07/2010



>ARTIGO

Sua empresa é social?

Se você não está levando muito a sério essa onda de redes sociais, é melhor começar a colocar o assunto na pauta da sua estratégia. Uma pesquisa recente mostra que o tempo dedicado às redes sociais pelos internautas quase dobrou em um ano. Os internautas de todo o mundo passaram mais de cinco horas e meia em redes sociais em dezembro do ano passado, de acordo com pesquisa mundial da Nielsen Wire. Segundo o levantamento, o número representa aumento de 82% em relação ao tempo que os usuários da web gastaram no mesmo mês do ano anterior.

Em um tempo não muito distante, ter um site na Internet era mais do que suficiente para sua empresa estar na "era digital". Hoje em dia ter um site é muito pouco, ou para algumas empresas quase nada. Alguns segmentos de empresas, como por exemplo, prestadoras de serviços online, não atraem muita confiança do consumidor se não tiverem um canal de contato rápido como blog, twitter ou fóruns de discussão.

Na minha empresa, descobrimos que a taxa de conversão de vendas triplica quando o usuário passa a nos acompanhar via twitter, blog, youtube ou facebook. "Isso mostra que a empresa está sempre preocupada em fazer atividades novas, nos manter informados. Parece que estamos mais próximos e isso me deu confiança em comprar", afirma Maria de Fátima, em pesquisa realizada com nossos clientes sobre a decisão de compra após um tempo acompanhando nossas redes sociais.

As pessoas gostariam de acompanhar sua empresa, se ela der essa oportunidade. E como fazer isso? O primeiro passo é levar a questão a sério, não adianta começar o processo e parar no meio, algo que não é atualizado há tempos gera desconfiança. Precisa ter alguém responsável por redes sociais na empresa, não recomendo terceirizar essa pessoa, talvez a execução com uma agência web, mas alguém de dentro precisa ser a ponte e trazer essa mentalidade para a organização.

A rede social que sua empresa irá participar depende muito de sua estratégia, as mais comuns são:

- *Blog* - Um blog corporativo com informações úteis e práticas, novidades sobre seus produtos e serviços, cases, perguntas e respostas é uma ferramenta extremamente importante. Vale tomar cuidado para que o blog não seja algo unilateral, precisa ter a participação dos leitores (e isso inclui críticas e saber lidar com elas). Atualize no mínimo duas vezes por semana;

- *Twitter* - É um meio de comunicação rápido, permite informar novidades, problemas, novos artigos no blog, etc. Quando bem monitorado, pode ser uma excelente fonte de prospecção de novos clientes ou até servir como uma espécie de extensão do seu serviço de SAC. Atualize pelo menos três vezes ao dia;

- *Youtube/ Facebook/ Orkut/ LinkedIn* - Essas e outras redes sociais permitem criar uma comunidade de pessoas que gostam do seu produto e serviço e querem ver novidades, vídeos, fotos, eventos e outros. São as que dão o maior trabalho para manter da forma correta, precisa ter gente pensando em conteúdo ou as pessoas perderão interesse nesses grupos.

Existem diversos sites na Internet que permitem integrar todas essas mídias. Por exemplo, quando publico um artigo no meu blog, automaticamente vai para o Twitter, LinkedIn e Facebook. Com apenas um clique estou atualizado em todas as minhas redes, isso ajuda a não perder muito tempo.

Coloque esse assunto na pauta da sua estratégia, selecione a equipe correta, comece a acompanhar e principalmente: meça os resultados ou serão apenas estratégias soltas que ninguém verá o retorno do investimento.

Christian Barbosa - especialista em administração de tempo e produtividade.