

Redes sociais: trazem mais negócio?

O mundo das empresas já percebeu que estar fora da web 2.0 pode significar perder a oportunidade de alavancar novas oportunidades de negócio, com a vantagem de monitorizar os clientes e futuros clientes

Em 2009, foi notória a adesão dos portugueses ao fenómeno das redes sociais. E já não é apenas para “fazer conversa”. As empresas começam a perceber que podem utilizar estas plataformas para comunicar os seus produtos e serviços de forma bastante objectiva dado que sabem que são os seus fãs ou amigos. Pedimos o testemunho a três especialistas em gestão de negócios em redes sociais.



Hélder Falcão, fundador da Associação Portuguesa de Networking, Director Nacional Academy

Os negócios ganham em obter uma presença nas redes sociais. A vantagem é a monitorização das conversas *buzz*, interacção com clientes, público, aumentando as vendas e melhorando a imagem de

marca do nosso negócio. Processo VCP. Visibilidade – necessita de aumentar a sua rede de contactos: convide os seus amigos, familiares, parceiros de negócios, fornecedores, clientes; exporte a sua base de contactos para uma plataforma. Recomendo Facebook. Credibilidade – o perfil da sua página pessoal, do seu grupo ou do seu negócio ganha com os testemunhos e com os comentários e respostas que estão associados ao seu perfil. Fazemos negócios com amigos e compramos de pessoas que gostamos. Adicione vídeos regularmente ao seu perfil. *Profitability* – os milhões de utilizadores das redes sociais vão recomendar-lhe negócio e apresentar-lhe potenciais novos parceiros de negócio, clientes, oportunidades. Ouça o que a sua rede diz. Envolve-se e faça amigos.



Rui Pedro Carames, Autor do livro LinkedIn – Como Rentabilizar a Sua Presença Online

De momento, as redes sociais oferecem enormes vantagens para alavancar negócios. Os benefícios podem depender da área de negócio, da política de comunicação da empresa como também do tipo

de rede social em que está inserida. As redes sociais vieram ajudar as empresas a interagir com os seus clientes – em tempo real! Os processos virais usados com o recurso às redes sociais fazem disparar a comunicação para públicos enormes num abrir e fechar

de olhos. A utilização combinada de recursos identificados dentro desta onda de “social *media*” produz efeitos impressionantes na credibilidade, reputação e prestígio da empresa. Os produtos e serviços das empresas podem simplesmente correr de tweet em tweet como a nova estratégia de *marketing* boca a boca. Contudo, será pertinente uma análise prévia da empresa na antecâmara deste ciberespaço 2.0. Saibam responder a quatro questões chave: o que querem comunicar, para que audiência o vão fazer, de que forma e que estratégias e ferramentas vão usar.



Ricardo Andorinho, CEO da MBUintelligence

O fenómeno das redes sociais é hoje em dia um tema tão interessante quanto obrigatório. Interessante no sentido de ser incontornável. O facto de não estarmos presentes em algumas destas plataformas é quase sinónimo de não existirmos no mundo real. Mas o que é afinal uma rede social?

Inicialmente assistimos ao desenho de páginas web 1.0. Tratava-se de colocar a informação disponível na *world wide web*. Com a introdução da web 2.0 possibilita-se a ligação a outros usuários, a comunicação, a colaboração, o *networking* social e profissional, a criação de grupos, a publicação de conteúdo de forma instantânea, o *blogging*, o *microblogging*, o *crowdsourcing* e a transformação completa dos *media*. Podemos assinalar as redes mais massificadas, sem prejuízo daquelas que podem ser mais pequenas, mas mais efectivas para os seus membros. Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, assumem o maior protagonismo quanto ao número de usuários embora determinadas redes ligadas a programas de marketing viral estejam a criar uma enorme revolução na forma como as pessoas e as organizações se relacionam. O Social Media Marketing está a tornar-se numa ferramenta de trabalho vital e da sua correcta utilização dependerá a visibilidade e o futuro dos negócios. Acredito que a tecnologia ditará as regras no que se refere à forma de comunicação das empresas. O preço mais baixo e o formato mais apelativo farão com que as campanhas tradicionais de *marketing* mudem de suportes. O mundo das empresas já percebeu que estar fora da web 2.0 pode significar não utilizar um suporte com rendibilidades associadas que podem ultrapassar os 7000% (% de retorno real dado a um ano, para um projecto utilizando técnicas de Social Media Marketing e Search Engine Optimization numa empresa alemã).