



# Mídias Sociais

amigos,  
e negócios  
a parte!



As mídias sociais já fazem parte da rotina de muitas empresas brasileiras. Contudo, de acordo com **Fabio Cipriani**, gerente responsável pela prática de consultoria em Mídias Sociais da *Deloitte*, empresa que oferece serviços nas áreas de Auditoria, Consultoria Empresarial, entre outros, muitas vezes, só ações de marketing são exploradas nas mídias sociais, pois as empresas enxergam que elas oferecem apenas benefícios de exposição da marca. No entanto, esse meio de comunicação, explica, garante muito mais como: vantagens de um relacionamento mais transparente e de duas vias. "O bom uso das mídias sociais permite melhorias no relacionamento com os clientes, possibilita e acelera a inovação em produtos e na forma de operar a empresa, além de promover atitudes capazes de revelarem se a mesma tem uma boa representação no mercado", diz.

Por isso, o gerente orienta aqueles que ingressam no mundo das mídias sociais a monitorar suas marcas. "Essa é a melhor forma de aprenderem a se portar nesse novo canal de interação".

As mídias sociais devem ser vistas como ferramentas que ajudam as empresas a encontrar as conversas que possam lhes dar dicas sobre o que os clientes estão dizendo sobre os seus produtos. São lugares para construir relacionamentos, pois as pessoas participam de redes sociais para se socializarem e se a empresa pode oferecer um valor através de uma conversa, pode construir



Fabio Cipriani, da DELOITTE



um relacionamento com o cliente, que propaga tudo pelo marketing do boca a boca.

Participar de conversas em tempo real pode, inclusive, garantir à empresa vantagens corporativas perante concorrentes, pois as redes sociais são hoje canais de comunicação para notícias de última hora. As primeiras notícias sobre o vôo da companhia aérea norte-americana que aterrissou no Rio Hudson foram relatadas primeiro no *Twitter*, por uma pessoa com um telefone celular.

*Cipriani* também relata que as empresas devem estabelecer políticas internas para os próprios funcionários. Eles devem ser orientados acerca de quais redes participar e como agir, pois várias ações das empresas nas redes sociais estão alinhadas com os seus planejamentos estratégicos.

“Os funcionários devem ser orientados a se portarem corretamente nas redes sociais, inclusive em horários livres, para que eles não emitam opiniões sobre a empresa sem deixar claro que não se trata de uma linha de comunicação oficial”. A instrução aos funcionários também deve envolver o uso das redes durante o expediente, afinal nem todos conseguem produzir e navegar.

Contudo, independentemente de como é feita a estratégia de marketing nas mídias sociais, alguns passos devem ser considerados: ter um blog no site da empresa. É através dele que o conteúdo será gerado e, conseqüentemente, divulgado nas mídias sociais; possuir uma conta no *Twitter*. Ela vai garantir um espaço para interação com o público e também promover os artigos do blog e de outras fontes interessantes. É importante, porém, que não seja divulgado apenas conteúdo. Vale mostrar que a empresa faz parte da comunidade, criando uma página de fãs no *Facebook*, por exemplo.

Então, com alguns cuidados, as mídias sociais são um vasto campo para as empresas trabalharem suas marcas. Mas é importante que não se prendam ao básico. Devem analisar, estudar e ver qual o melhor caminho para o sucesso.

