

( [CONFIRA OS SLIDES](#) )

Cada vez mais as empresas sentem a necessidade de entrar nas redes sociais devido ao grande público que se atinge ao anunciar numa rede social. Imagine que 20 pessoas que conhecem 20 pessoas. Já são 8 mil conexões.

São 4 os aspectos que a empresa deve visualizar ao entrar nas redes: **engajamento**, **marca**, **venda**  
e  
**colaboração**

**Fatores que levaram as empresas a utilizarem ou monitorarem as mídias sociais:**

- reclamações sobre a empresa feitas por clientes nas mídias sociais
- uso por concorrentes (síndrome do boi)

**Iniciativas mais exploradas pelas empresas que utilizam mídias sociais:**

- ações de marketing e divulgação de produtos ou serviços
  
- monitoramento da marca ou mercado
  
- vendas ou captura de oportunidades
  
- suporte ao cliente, fornecedores ou parceiros de negócio
  
- gestão do conhecimento
  
- identificação de talentos para contratação
  
- integração interna ou suporte a equipes
  
- desenvolvimento de produtos ou inovação por meio de colaboração

**Objetivos de negócio para a utilização das mídias sociais:**

- aumentar a reputação da marca
- gerar mais marketing boca-a-boca
- criar vantagem competitiva
- aumentar a fidelidade do cliente
- aumentar as vendas
- inovar o modelo de negócios
- trazer ideias de fora da empresa
- melhorar o relacionamento com parceiros de negócios
- potencializar o sucesso de novos produtos
- melhorar a qualidade do suporte ao cliente
- melhorar a produtividade de relações públicas
- reduzir os custos de aquisição de clientes

- preparar a empresa para a gestão de crises

- reduzir os custos de pesquisa de marketing

- reduzir os custos de suporte ao cliente

Entrar em uma REDE SOCIAL é como entrar em um cruzeiro sem volta. Tem que entrar preparado, com as malas prontas. O resultado fica eternizado as empresas, muitas vezes, já estão eternizadas nas redes. Por isso, devem entrar para se manifestar.

### **Como se preparar para esta viagem?**

“Construa e eles virão. Construa com eles – e eles já estarão lá” (Venkat Ramaswamy)

“O processo precisa gerar valor para a marca e também para o consumidor” (Venkat Ramaswamy)

- com as redes sociais, as pessoas não possuem medo de falar o que acharam do serviço ou produto

- o alcance de uma mensagem na rede é imprevisível. Assim como é possível não atingir o público alvo, é possível atingir muito mais gente do que o esperado!

- os humanos têm, especialmente os brasileiros, uma cultura visual. Nasceram com a TV e querem ver vídeos. Já existem 77 milhões de anos em vídeos na internet

- nas redes, procure criar algum diferencial para o consumidor on-line

- procure criar não uma comunicação, mas uma identidade visual. Faça o seu cliente/usuário se sentir parte dela

- deixe que seus clientes publiquem conteúdo para você. Basta chamar a atenção deles!

### **O profissional de redes sociais:**

- monitora a disseminação de emoções

- facilitar laços interpessoais
  
- medir a qualidade das conexões
  
- medir o grau de confiança
  
- define a conexão estrutural da rede
  
- investigar comportamentos
  
- descobrir relações de vizinhança
  
- saber trabalhar nas instabilidades das redes

**ATENÇÃO:** não podemos ter a síndrome do pato!!! Ele voa, anda, nada. Mas faz tudo mal feito. É preciso envolver outros especialistas na área, como métricos, diretores de TI, Marketing...

**Como interagir nas redes sociais???**

Existem dois métodos. Um é inovador, outro tradicional.