

Por que as empresas estão preocupadas com as redes sociais?

O ponto que se faz necessário compreender é sobre como é possível obter ganhos com a internet, ou seja, como fazer para que ela “jogue a favor” da sua marca

*Por Sandra Turchi**

Como sabemos, a internet veio para ficar e mudar. Cada vez mais ela faz parte da vida das pessoas e empresas, afetando a forma como consumimos e nos relacionamos. Além disso, praticamente todos os veículos de comunicação estão tratando de assuntos relacionados, o que passou a chamar a atenção dos empresários.

Para as empresas, mesmo as mais tradicionais, tem se tornado evidente que é preciso conhecer um pouco mais sobre o tema para fazer alguma coisa. Mas fazer exatamente o quê?

Muitos executivos e empresários vêm se sentindo incomodados com essa situação, pois percebem que é necessário se atualizar, mas decididamente, não sabem por onde começar.

Portanto, se você é um deles, saiba que não é o único! Tenho observado esse movimento de perto, tanto sobre a questão da preocupação como do desconhecimento do que e de como fazer para atuar nesse emaranhado de inovações trazidas pela web. Meu conselho é: “Não desanime e não desista”. O assunto é complexo e poucos têm tido tempo para buscar saber mais a respeito, o que leva a essa angústia.

Ouvimos na mídia alguns casos de sucesso sobre a utilização dessas ferramentas, mas pouco se fala sobre os fracassos. O ponto que se faz necessário compreender é sobre como é possível obter ganhos com a internet, ou seja, como fazer para que ela “jogue a favor” da sua marca.

De fato são muitas as ações a serem tratadas, que obviamente não caberiam em um único texto com espaço limitado, mas ressaltarei nesse e nos próximos artigos, algumas que percebo como sendo as mais importantes.

Vamos à primeira dica: procure mapear quais são as redes sociais que realmente podem ser importantes para o seu negócio. Orkut? Facebook? LinkedIn? Drimio? Enfim, tente identificar em quais delas sua marca é mencionada e de que forma é tratada. Um caminho para isso é pesquisar diretamente. Caso tenha como investir um pouco mais, contrate uma empresa especializada para esse trabalho. Feito isto, procure entender as reclamações mais frequentes e resista à tentação de reagir prontamente, pois isso seria um “crime” no mundo das redes sociais. O importante a fazer nessa etapa é analisar essas reclamações e corrigi-las na “vida real”. Por exemplo, se a reclamação é sobre o atraso frequente na entrega de mercadorias, tente melhorar isso na sua empresa, resolva a fonte dos problemas. Depois interaja diretamente com o cliente reclamante, fora da rede social. Solucione o problema e coloque-se à sua disposição. Procure “encantá-lo”, mesmo que você esteja incomodado nesse momento.

Esse é o melhor caminho. Confie. Se você conseguir fazer com que ele sintam-se bem atendido em suas insatisfações, pode ter certeza que ele mesmo voltará àquela rede e contará sobre a solução, elogiando a atuação da sua empresa.

Você deve estar dizendo que nada disso é novo, ou seja, isso é relacionamento com o cliente! É verdade, você tem razão. O que mudou é que antes, se esse cliente insatisfeito podia influenciar umas dez pessoas, agora, meu caro, ele influencia milhares de potenciais consumidores que estavam pensando em comprar o seu produto.

** Sandra Turchi é Superintendente de Marketing da ACSP - Associação Comercial de São Paulo – e Coordenadora do curso de Estratégias de Marketing Digital da ESPM
Blog: www.sandraturchi.com.br
www.twitter.com/sandraturchi*