

Redes Sociais - Vantagens e Desvantagens para as Empresas

Nas conversas que mantenho com os meus clientes e potenciais clientes noto desde há alguns meses uma preocupação comum no que diz respeito ao marketing na Internet - devemos ou não estar nos sites de redes sociais? Devemos ou não devemos ter perfil no Facebook, no LinkedIn, criar um utilizador no Twitter, desenvolver um canal no Youtube, etc?

A resposta simples e directa é SIM, devemos! Mas como em tudo existem vantagens e desvantagens em estar presente nas Redes Sociais, pontos mais positivos e outros menos positivos. Por isso o mais importante é que antes de tomar qualquer decisão a empresa e os seus responsáveis analisem e ponderem o que melhor serve essa empresa no actual momento.

Antes de enumerar algumas das vantagens e desvantagens da presença de uma empresa numa rede social deixem-me fazer uma nota prévia: não avancem para as redes sociais sem antes terem definido uma estratégia e um plano de marketing para essa presença. Definam objectivos, recursos e métricas de desempenho. E tratando-se de uma actividade de marketing e comunicação não se esqueçam de integrar a estratégia de Social Media com a restante Estratégia de Marketing, mantenham a consistência da mensagem em todos os meios, incluindo as redes sociais.

E dito isto deixo de seguida aquelas que, na minha opinião, algumas das Vantagens e Desvantagens das Redes Sociais para as Empresas.

Vantagens:

1 - Estar onde os clientes estão. É incontornável, os sites de redes sociais contam com a presença regular de milhões de utilizadores. Desde as novas gerações aos mais idosos, muitas pessoas passam horas da sua vida em sites como Facebook e Twitter, a ver vídeos no Youtube, a partilhar fotografias no Flickr.

2 - Dá uma imagem actual da empresa. As redes sociais fazem parte da vida das pessoas, são recentes e muito comentadas em todo o lado. Estão associadas a "Novas Tecnologias", modernidade, futuro, interactividade. São valores que podem transmitir uma imagem positiva de qualquer empresa, se estão nas redes sociais é dinâmica e actual.

3 - Canal aberto com os clientes. Uma presença nas redes sociais com possibilidade de receber comentários e opiniões é um canal de interacção com os clientes, potenciais clientes e a sociedade em geral, que funciona 24h por dia, sete dias por semana.

4 - Contribui para um bom posicionamento nos motores de busca. Certamente que já reparou que quando pesquisa algo no Google que algumas das sugestões são Blogues, Vídeos, Páginas no Facebook, etc. Ter um site pode não ser suficiente para obter um bom ranking para aquelas palavras-chave que lhe interessam, a "guerra" de conteúdos é bem mais extensa.

5 - É relativamente barato. Se considerarmos o potencial de visualizações, cliques, interacção com a marca proporcionados pelas redes sociais, e compararmos o seu custo com o potencial para os mesmos resultados noutros meios de comunicação tradicionais, concluiremos que o investimento continua a ser "relativamente" mais barato.

Desvantagens:

1 - Estratégia difícil de conceber. Os sites de redes sociais são tantos, servem tantos públicos diferentes, utilizam tantas formas de veicular mensagens (texto, fotos, vídeos, jogos, Quizzes, blogues, etc) que se torna difícil decidir para onde ir, o que fazer e com que dimensão. Conselho: comece por definir objectivos, analise que sites melhor servem esses objectivos, decida a estratégia e mantenha-se fiel o mais tempo que puder.

2 - Consome muito tempo. Falamos de redes sociais, e como o nome indica existe uma socialização, pressupõe-se uma interactividade entre os seus membros. A partir do momento em que uma empresa está presente não pode ficar quieta e calada, não basta criar o perfil e deixar andar. E isso requer tempo, muito tempo, todos os dias.

3 - A mensagem não é totalmente controlada pela empresa. A maioria dos sites de redes sociais permitem comentários e mensagens ou itens publicados, e também esses são visíveis pelos outros membros. Quando recebemos um

comentário positivo ele fica visível para todos, quando o comentário é menos positivo, também.

4 - Balanço entre pessoal e comercial é difícil. Temos que nos lembrar que a maioria das pessoas que frequentam as redes sociais está lá por razões pessoais, de lazer. A maioria não está interessada em ser aliciada para uma compra nesse momento, mas pode estar interessada em saber a opinião dos outros acerca de um produto ou serviço. É preciso que as empresas saibam estar para contribuir para a rede social (sociedade naquele contexto), sem arriscarem demasiado e invadirem o espaço pessoal dos membros que aceitaram conviver online com essa empresa.

5 - Não estar é uma desvantagem. Apesar dos possíveis problemas, desafios e obstáculos que é preciso contornar, apesar de ainda hoje não ser claro qual a melhor maneira de estabelecer uma Estratégia de Social Media, não estar presente nas redes sociais é sempre uma desvantagem. Não estar onde estão muitos dos nossos clientes, potenciais clientes, fornecedores, concorrentes, amigos e conhecidos não é o ideal. Imagine esse cenário na vida real!

Sobre o Autor

Carlos Venancio

WSI Internet Marketing Consultant

Sintra - Portugal

geral@mundowsionline.com

<http://www.mundowsionline.com>

Source: <http://www.artigopt.com>