

Podem as empresas ignorar as redes sociais?

Podem, mas plagiando o anúncio da ZON, não a mesma coisa. Os meros reveladores do impacto das redes sociais na internet e na própria vida das pessoas. Quer as empresas queiram, quer não queiram, quer as empresas estejam nas redes sociais quer não estejam, a realidade é que elas já fazem parte da vida das pessoas, e a realidade é que se fala sobre empresas e marcas lá dentro. Vi e li informações nas últimas semanas que mostram bem a dimensão deste fenómeno. Segundo o Bareme Internet divulgado em Novembro último pela Marktest, 1,4 milhões de portugueses residentes em Portugal continental com mais de 15 anos acedem habitualmente às redes sociais. Falamos de sites como o Facebook, Hi5, Twitter, MySpace, entre outros. E desengane-se quem pensa que isto é apenas utilizado pelos mais novos, muitos destes 1,4 milhões são adultos. Vejamos o exemplo eventualmente mais conhecido, o Facebook. Este site tem a sua versão Portuguesa desde Setembro de 2008. Hoje, dados vistos no próprio site, tem 1.230.760 pessoas registadas, das quais cerca de metade o utilizam diariamente. Destes 317.740 entre 18 e 24 anos, e pasme-se, 130.720 pessoas registadas têm mais de 45 anos. Não é, não é para os mais novos que percebem destas novas tecnologias. E o Facebook estima que no verão ser cerca de 2 milhões os portugueses registados no site. Mas porque é que isto pode ser importante ou interessante para as empresas? Para além do número de pessoas reunidas num mesmo local, que por si só representa uma oportunidade de todo o tamanho? Parece que a média de páginas vistas no Facebook por cada utilizador por dia é superior a 50 páginas. Isto significa que o site é um local onde as pessoas passam tempo, vivem coisas, e informam-se. Onde as pessoas trocam ideias, comentam acontecimentos, e claro, falam das suas experiências com marcas, empresas e produtos. Falam bem, e falam mal, mas falam. As empresas podem optar por ignorar este fenómeno, mas talvez devessem considerar dar-lhe alguma atenção. E claro que não é possível controlar o que se diz de uma marca ou empresa, cada um é livre de dizer o que quiser, como acontece nos Blogs por exemplo. Mas é possível aproveitar esta forma de estar das pessoas em prol das empresas. Porque não pensar em monitorizar o que se diz da sua empresa ou marca? Porque não criar uma presença profissional da sua empresa ou marca nas redes sociais? Provavelmente alguns consumidores esperam que isso aconteça, que exista uma presença profissional e credível no local onde eles passam parte do seu tempo. Não para os encher com publicidade e incentivos de compra, mas para os esclarecer, informar, para estar disponível quando é uma questão para colocar. Para fomentar uma relação de proximidade muitas vezes impossível no mundo real. E já agora, agindo correctamente e de forma não invasiva, porque não aproveitar as redes sociais para divulgar a sua empresa, marca ou produtos? A conclusão é clara, na minha opinião. As empresas podem continuar a ignorar as redes sociais e continuar a acreditar que elas não terão qualquer influência no seu negócio. E continuar a dedicar todos os recursos aos jornais, TV, rádio, direct marketing, e todos os meios tradicionais. Mas aquelas que melhor se adequem aos hábitos e anseios dos consumidores são as que terão mais sucesso. Sempre assim foi, ou o que é que acham que aconteceu quando apareceu a televisão? As empresas que acreditaram que deviam apostar os seus esforços de marketing no meio mais acessível às pessoas foram as que conseguiram sucesso na altura. Se as empresas podem ignorar as redes sociais? Podem, não sei durante mais quanto tempo!

Sobre o Autor

Carlos Venancio

WSI Internet Marketing Consultant

Sintra - Portugal

geral@mundowsionline.com

<http://www.mundowsionline.com>

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