

Premissas para a utilização de qualquer Rede Social

Cada plataforma de Rede Social (LinkedIn, Facebook, Blogs, entre outros) tem as suas regras e regulamentos, mas as premissas listadas em baixo aplicam-se a todas elas. Se já utiliza as redes sociais na sua empresa, ou está a pensar em fazê-lo, assegure-se que todos os seus empregados envolvidos seguem estas orientações. Seja Transparente - A sua honestidade, ou falta dela, é rapidamente notada num ambiente de rede social. Se está a conversar sobre os seus produtos ou serviços utilize o seu nome, apresente-se como representante da sua empresa e clarifique o seu papel. Se tem um interesse comercial no que está a discutir seja o primeiro a deixar isso bem claro. Seja Judicioso - Assegure-se que o seu esforço para ser transparente não viola as regras de privacidade e comunicação da sua empresa. Se quer escrever sobre a concorrência tenha a certeza que sabe do que fala e que tem permissão para o fazer. E seja astuto na proteção da sua privacidade, na proteção da informação da sua empresa. Tudo o que publicar estará acessível para muitas pessoas e durante muito tempo, pelo que pondere cada "post" ou texto. Escreva aquilo que sabe - Escreva sobre os temas em que é especialista, sobre aquilo de que realmente percebe. E escreva na primeira pessoa. Se escrever num Blog ou site fora da sua empresa se esqueça de deixar bem claro se está ou não a falar em nome da empresa. Se não está, diga claramente que as suas opiniões não são necessariamente as posições da empresa. E respeite a propriedade intelectual da empresa, a sua confidencialidade, patentes, informação financeira, etc. Lembre-se que em última instância cada indivíduo é responsável pelo que escreve. Perceba a Realidade - Nas redes sociais a linha que separa o público do privado, o pessoal do profissional, é muito ténue e confusa. Apenas pelo facto de você se identificar como representante da sua empresa já está a criar uma percepção das suas competências e as da sua companhia. Assegure-se que todo o conteúdo associado a si está em linha com os seus valores e os da sua empresa. Trata-se de uma Conversa - Fale com os seus leitores da mesma maneira que faria com as pessoas reais numa situação profissional. Evite uma linguagem muito técnica e elaborada. E não tenha problemas em expor a sua opinião. Está a acrescentar valor? - Todos os dias são publicados milhares e milhares de textos online. A melhor maneira de fazer com que o seu seja lido é escrevendo coisas que as pessoas valorizem. Uma comunicação nas redes sociais deve de ajudar os seus clientes, parceiros ou empregados. Deve de transmitir um sentimento de comunidade. Se o seu texto ajuda as pessoas a aprender algo, se as ajuda a melhorar o seu negócio, a resolver algum problema, então está a acrescentar valor. A responsabilidade é sua - O que escreve é da sua responsabilidade. A sua participação nas redes sociais como representante da sua companhia deve de ser encarada seriamente e com total respeito pela sua empresa. Siga também as regras e regulamentos impostos por cada portal social. Crie algum entusiasmo - Partilhe com o mundo os projectos excitantes da sua empresa, sem comprometer as regras de confidencialidade. Seja um líder - A linha que separa uma discussão construtiva duma reacção inadequada é muito ténue. Não diga mal da concorrência, e não tente responder a todas e cada uma das reacções menos positivas que tenha. Enquadre a sua conversa numa perspectiva que admite diferentes pontos de vista e não entre em discussões demasiado acesas. Lembre-se que tudo o que escreve pode retirar. Fez asneira? - Se errou, admita-o. Seja directo e peça a corrigir esse erro. Se não está confortável, reflecta - Se está prestes a publicar algo e não tem a certeza se deve, não carregue no "send". Faça uma pausa e reflecta no que escreveu. Corrija o que achar que deve de corrigir, discuta as suas ideias com um colega ou chefe. O que publica é da sua responsabilidade, por isso tenha a certeza que quer publicar. Falar em nome da sua empresa é algo muito sério e que deve de ter um plano e regras claras para todos. Se os responsáveis das empresas não entregam a responsabilidade de falar com a comunicação social a qualquer empregado ou empresa porque que o ajuda a fazer com as redes sociais? O assunto é sério, por isso pondere bem a sua estratégia.

Sobre o Autor

Carlos Venancio

WSI Internet Marketing Consultant

Sintra - Portugal

geral@mundowsionline.com

<http://www.mundowsionline.com>

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