

Newsletter Empresas & Negócios



No mês em que relançamos a nossa página de Facebook MS Empresas e Negócios, achamos que seria uma boa oportunidade para partilhar consigo uma reflexão sobre a importância das redes sociais no mundo das empresas e dos negócios.

Antes da massificação da internet, o mundo assistia calma e passivamente a todos os anúncios que passavam na televisão e apenas os grandes anunciantes tinham capacidade de investir em publicidade. Hoje em dia o consumidor passa cada vez menos tempo a ver televisão, e mais tempo na internet, onde é ele agora que escolhe os conteúdos e já não se deixa ser “escolhido”. Esta tendência ainda se acentuou mais com o aparecimento das redes sociais, onde milhões de pessoas se “logam” todos os dias, fazem amigos online, deixam opiniões, fazem “likes” e “shares” dos conteúdos que mais gostam e transformam a sua página na rede social na homepage da sua vida.

E o que significa esta mudança de paradigma para as empresas e negócios?

Significa que têm de sair de um modelo de comunicação unívoca para um modelo onde têm de interagir e relacionar-se com os seus clientes. As empresas já não escolhem: são escolhidas. E isso é uma boa notícia para as pequenas e médias empresas: antes chegar a milhões era só para os grandes, hoje em dia uma pequena empresa facilmente faz uma página de Facebook, convida amigos, divulga o seu negócio, anuncia promoções. E constrói relações que se esperam de muitos likes, e como tal duradouras.

E não só de Likes vivem as empresas nas redes sociais, já que estas permitem também conhecer os nossos clientes. Apenas com uma breve análise às estatísticas das nossas páginas conseguimos ver quem são os fans que se interessaram pelo nosso negócio. Tal como um lojista vê e conhece bem quem entra na sua loja. Com uma análise mais profunda e estruturada conseguimos analisar a informação dos fans e identificar as suas características principais, para posteriormente melhor direccionar a nossa mensagem. É o Social CRM (Customer Relationship Management, em Português, Gestão do Relacionamento com os Clientes), já uma disciplina importante nas cadeiras das universidades e uma preocupação dos marketeers das grandes empresas. A boa notícia é que está ao seu alcance.

Se a sua empresa tem uma página social, pense na forma como a gere e tente otimizar a mesma. Se ainda não têm uma página, pense seriamente na sua criação, em fomentar a sua comunidade de fans. Não podemos deixar de lhe propor que, para construir um verdadeiro caso de sucesso de Social CRM, experimente grátis o nosso Dynamics CRM Online, e verá que alimentando esta ferramenta com a

informação dos seus fans poderá otimizar as relações com os seus clientes e, claro, gerar mais vendas.

Convidamo-lo por fim a fazer um Like na nossa página de Facebook MS Empresas e Negócios e deixamos este desafio de promover e elevar o seu negócio para entrar em grande no próximo ano.

Votos de Boas Festas e um Excelente 2012!

Bruno Agostinho

Diretor de Mercado PME e Canal de Distribuição

Microsoft Portugal