

# Promova-se nas redes sociais

A internet que deu o boom há 10 anos como uma rede de recolha e distribuição de informação está cada vez mais acessível a todos, não apenas como receptor da informação, mas como colaborador para a expansão dessa mesma. A internet está expandir-se como uma rede de partilha, de formação de comunidades que interagem entre si. A distância nesta rede não existe, tornando a proximidade com o mundo no espaço de um clique.



Este boom está a revolucionar as sociedades a um nível gigantesco. Acarreta, como em tudo, as suas vantagens e desvantagens. Por um lado, a informação neste momento encontra-se um pouco dispersa e será um pouco complicado ainda confirmar a autenticidade dos conteúdos publicados, mas por outro, a liberdade de expressão permite a efectiva publicação de conteúdos, uma maior interacção dos utilizadores na rede – os blogs têm sido uma excelente ferramenta para o efeito.

A maior vantagem é a criação de comunidades, pessoas que se conhecem virtualmente e vão desenvolvendo relações/partilhas de interesses comuns. As redes sociais surgem então como melhor ferramenta para estabelecer contactos, quer se possa fazer a um nível pessoal, quer profissional. Essa é pois uma mais-valia que pode ser bem aproveitada para algumas áreas de negócio para aproximar as empresas dos seus clientes. Claro está que este aproveitamento terá que ser justificável, tem de gerar interesse, poderá ter um carácter de utilidade.

No fundo a empresa nas redes sociais deverá funcionar como um prolongamento da marca, manter o mesmo tom e linguagem, exigindo o compromisso de estar presente com frequência, com actualizações de interesse.

Quem deve estar presente nas redes sociais? Pois aí é um critério que deverá ser ponderado pelas empresas tendo por requisitos a disponibilidade de manter estes canais permanentemente actualizados, se o objecto social da empresa gera informação que possa ser interessante de ser partilhada em rede e claro se o target a que se destina também usa este tipo de ferramentas.

À medida que vão surgindo novas ferramentas cabe a cada um utilizá-las de acordo com as suas necessidades e ir avaliando os prós e os contras e claro, ir-se ajustando ao retorno que vai recebendo. Estar presente nas redes sociais não é garantia que vai ser um bom canal para comunicar com os seus clientes, contudo, estes meios que são mais mensuráveis, dá para avaliar o tipo de interacções e público que o procura assim como o tipo de comentários que são publicados. E se por um lado existe uma maior liberdade do interlocutor responder com honestidade e franqueza, por outro lado a empresa tem de estar preparada para fazer face a todo o tipo de comentários e saber dar uma resposta.

\* *Designer*

**Cláudia Fonseca** \*

23:36 quarta-feira, 16 dezembro 2009

 [Comentar esta noticia \[0 comentários\]](#)

 [Enviar a um amigo](#)

 [Imprimir esta noticia](#)

 [Criar alerta Flash-Mail](#)