

Delicioso e sustentável

Sorveteria Gosto do Cerrado, em Montes Claros, prova que responsabilidade socioambiental no negócio pode ser sinônimo de lucro

- Juruaia, no Sul de Minas, se fortalece como o principal polo de lingerie do país
- Cachaça de Salinas é certificada pela Indicação Geográfica de Procedência do INPI



Caindo nas redes

Redes sociais já se tornaram uma boa fonte de negócios para empresas, mas, como ocorre com outros canais, é preciso cuidado

Quem acredita que acessar o Facebook, Twitter e as demais redes sociais é apenas mais uma maneira informal de se comunicar com amigos, está enganado. Cresce, a cada dia, a tendência entre empresas de diversos segmentos de utilização dessas ferramentas para se aproximar dos clientes e ampliar os negócios.

Para a especialista em mídias sociais, Alessandra Sleiman, o uso das redes digitais nas organizações tornou-se praticamente uma necessidade. “O empreendedor já não pode optar por estar ou não conectado, visto que, uma hora ou

outra, qualquer cliente pode mencionar seu produto ou marca”, afirma.

Além de uma abertura eficaz na comunicação com consumidores e da possibilidade de monitoramento da marca ou produto a baixo custo, as redes também são ótima fonte para gerar novos clientes e negócios, sejam mídias populares, como o Facebook, ou específicas. “Nas grandes redes, as vantagens vêm da oferta de produtos e serviços em tempo real, dos descontos promocionais para usuários, além de ser uma fonte para conhecer melhor os desejos dos clientes”, explica Alessandra.

Sebrae-MG mantém páginas nas principais redes da internet, nas quais não apenas divulga suas atividades mas também ensina micro e pequenos empresários a criar e gerenciar seus próprios endereços





Luiz Cláudio Maia, especialista em informação e tecnologia, diz que é importante os empresários estudarem as ferramentas para identificar a melhor rede social para os negócios

No Facebook, por exemplo, a cada “curtir” que a publicação da empresa recebe, todos os amigos da pessoa que clicou no ícone de aprovação são notificados, o que pode trazer novos clientes e negócios em curto tempo. “Uma pessoa tem, em média, 163 amigos no Facebook. Se a empresa tiver 10 “curtir” por dia, estará atingindo, em teoria, 1.630 pessoas”, exemplifica, embora ciente da possibilidade de que os “curtidore” tenham amigos em comum.

NOTIFICAÇÕES | O Facebook permite que empresas criem páginas virtuais para que os usuários sejam notificados de suas atualizações. Elas também recebem, por e-mail, boletim semanal com o gráfico do número de visitantes, comentários e “curtidas”. Já o Twitter permite que o estabelecimento crie uma conta comum, como a de qualquer usuário. Nela, com textos de 140 caracteres, a empresa pode expor fotos de seus produtos, informar novidades e interagir com os seguidores.

Para saber qual a melhor rede social para o negócio, é importante que os empresários estudem as ferramentas. Segundo o especialista em informação e tecnologia, Luiz Cláudio Gomes Maia, as novas possibilidades de interação incluem, por exemplo, aplicações em *smartphone* para relacionamento com o consumidor. “Já existem aplicativos que permitem troca de dicas de serviços entre estabelecimentos e outros desenvolvidos para comercialização de produtos, administrados pela própria empresa”, afirma ele.

Se grandes redes como Twitter, Foursquare e Facebook são para todos os ramos, existem mídias específicas para explorar, como o Tripadvisor, por exemplo – rede social voltada exclusivamente ao setor do turismo. “Fóruns de discussão também são excelentes oportunidades de marketing. Já vi uma empresa de eletrodomésticos que utilizou um fórum sobre *home theater* para fazer sua propaganda”, conta Luiz Cláudio.

EM UM CLIQUE | As dificuldades de se fazer negócios pela internet e a falta de uma rede para conectar clientes e fornecedores levaram três jovens a criar o Empreendemia (www.empreendemia.com.br), rede social gratuita e específica para negócios. Lançada em 2009, conta hoje com 17,6 mil empresas, de segmentos que vão



Divulgação

“Na nossa rede, o interessado se cadastra gratuitamente e pode divulgar seus serviços e fazer novos contatos. É só fazer uma busca em nossa lista de empresas, entrar e se conectar a outros empresários” Millor Machado, diretor de estratégia da Empreendemia

do artesanato à aviação, com cerca de 70 novos cadastros por dia. Dos usuários, 84% faturam até R\$ 500 mil, 8% até R\$ 1 milhão e a mesma quantidade até R\$ 10 milhões anuais.

Segundo Millor Machado, um dos fundadores e diretor de estratégia da Empreendemia, a rede serve como vitrine virtual de serviços das empresas. “O interessado se cadastra gratuitamente e pode divulgar seus serviços e fazer novos contatos. É só fazer uma busca em nossa lista de empresas, entrar e se conectar a outros empresários”, conta. Os negócios, feitos diretamente entre os empresários, dão oportunidades para que as partes avaliem o compromisso uns do outros. Quanto mais negócios bem-sucedidos, mais bem-avaliada é a empresa na rede.

BAIXO APROVEITAMENTO | Pesquisa realizada pelo Sebrae-MG, em julho, mostrou que, apesar de mais de 60% das micro e pequenas empresas usarem

DICAS PARA EMPRESAS



Cuidado para não fazer do Facebook apenas uma vitrine virtual. Para isso, deve existir o seu site.



Atenção ao planejar postagens. Quando as mensagens são muitas, os fãs de sua página ou perfil podem ficar irritados.



Crie diálogos com fãs e visitantes por meio de perguntas para tornar a página ou perfil atrativo, de preferência com tópicos interessantes e que se relacionem ao trabalho da empresa.



Atualize a página com links para blogs, reportagens, artigos ou mensagens de interesse dos usuários.



Fique atento às novidades do mercado e as compartilhe.



Adicione fotos e vídeos regularmente.



Lembre-se sempre das datas comemorativas. Poste uma mensagem, um bom dia ou mesmo os parabéns.

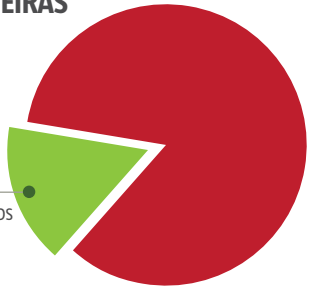


Compartilhe eventos e ações de sucesso que aconteceram na empresa.

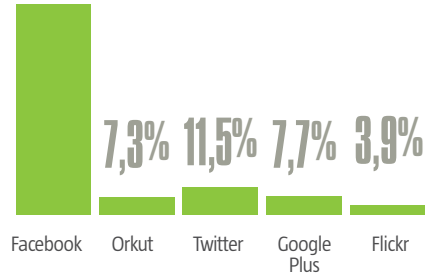
PESQUISA EXPECTATIVAS DAS MPE MINEIRAS

19,4%

de 567 empresários usam as mídias sociais



87%



Fonte: Sebrae-MG

a internet para buscar informações com fornecedores e clientes, o uso das redes sociais para ampliar os negócios ainda é baixo. A pesquisa Expectativas das MPE Mineiras, feita com 567 empresários dos setores de comércio, serviços, construção civil e indústria no Estado, constatou que apenas 19,4% usam as mídias sociais. Desses, 87% têm páginas no Facebook; 7,3% utilizam o Orkut; 11,5% têm Twitter; 7,7%, o Google Plus; e 3,9%, o Flickr. A pesquisa também aponta que 71% das empresas não têm site próprio.

“Acredito que muitas delas não entraram nas redes sociais por falta de conhecimento, já que grande parte ainda é gerenciada por pessoas que não pertencem à geração da internet. Mas é um caminho lucrativo e barato, todos deveriam adotar”, afirma Daniela Toccafondo, responsável pelo atendimento digital do Sebrae-MG.

Para estimular o uso das ferramentas virtuais, o Sebrae-MG está presente em diversas redes para mostrar aos empresários a melhor forma de usá-las. As contas do Sebrae-MG no Facebook e no

Twitter, por exemplo, têm o objetivo de repassar aos clientes conhecimento, eventos e interação constante. O canal do YouTube oferece o compartilhamento de palestras e vídeos institucionais, enquanto o Flickr compartilha as fotos dos eventos.

DIAD | Para ampliar o conhecimento dos clientes e aumentar a interação entre os usuários, a equipe do Sebrae-MG criou o Dia D nas Redes Sociais e site. Um tema é escolhido e trabalhado nas redes durante um dia do mês. “Capacitamos, fornecemos dicas e orientamos os usuários sobre o assunto; disponibilizamos materiais para *download* em nossas páginas, além de responder dúvidas sobre o assunto no blog, Twitter, Facebook e em nossa biblioteca digital”, diz Daniela.

Segundo ela, o uso das redes deve ser voltado à interação e divulgação de novas informações ao público. “As organizações ainda não acreditam nas redes sociais como canais de atendimento e vendas. O que o Sebrae faz é utilizar essas ferramentas e estimular os empresários a usá-las como nós usamos”, diz.

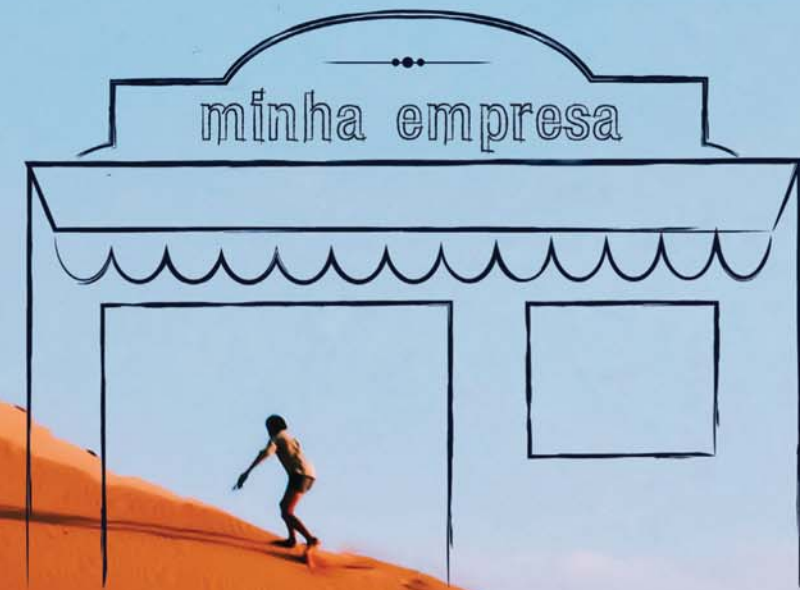
Um primeiro passo para a integração da empresa nas redes pode ser dado por meio de um vídeo institucional atraente, para ser disponibilizado e compartilhado nas ferramentas virtuais. O gerador de vídeos do Sebrae (www.rio20sebrae.com.br) oferece ao empresário a possibilidade de produzir, em poucos cliques, vídeos personalizados e gratuitos, com a logomarca e fotos do negócio.

NEM TUDO SÃO FLORES | Se, por um lado, são muitas as vantagens do uso das mídias sociais como pilar estratégico de negócios, também há desvantagens. “Uma empresa que tenha muitas reclamações no SAC vai precisar de um bom planejamento para essa implantação, já que pode transformar os canais em uma fonte exclusiva de queixas”, exemplifica a especialista Alessandra Sleiman.

É importante ainda lembrar que, em se tratando de mídias sociais, quantidade não é qualidade. Melhor ter boa presença digital em canais específicos que manter presença vazia em muitos outros. “O Facebook, por exemplo, é apenas parte de uma estratégia. É necessário sempre avaliar o público e o ramo de atividade para escolher quais redes usar”, explica Alessandra.

Empretec é um curso desenvolvido pela ONU que testa e potencializa o seu comportamento empreendedor. São seis dias de treinamento intensivo para você encarar seus medos, acordar para oportunidades, enfrentar limitações e fortalecer suas habilidades. Ninguém sai ileso de um Empretec. Nem você, nem a sua empresa.

EMPRETEC. PREPARE-SE PARA OS DESAFIOS DO MERCADO.



USE SUA RESISTÊNCIA PARA ALCANÇAR OBJETIVOS, E NÃO PARA SE PRENDER A VELHOS CONCEITOS.

| empretec

SEBRAE
MG