



Como usar as mídias sociais para fazer sua empresa prosperar



Tecnologia como telefones celulares e computadores permite que proprietários de empresas conectem-se com atuais e potenciais clientes por meio das mídias sociais. © Yuri Arcurs/Shutterstock

As mídias sociais oferecem às empresas diversas ferramentas para informar atuais clientes e se conectar com novos. Proprietários de empresas podem usar as mídias sociais para cultivar a fidelidade dos clientes, aumentar o conhecimento sobre produtos e serviços e atingir novos clientes e mercados — tudo isso do conforto de casa ou do escritório.

O que são as mídias sociais?

As mídias sociais — de sites de relacionamento e microblog a plataformas de compartilhamento de vídeos e fotos — são ferramentas tecnológicas que permitem às pessoas se comunicar e compartilhar com facilidade com amigos, familiares e comunidades na internet.

No entanto, elas diferem das formas tradicionais de comunicação on-line, como o e-mail e as páginas estáticas na web. O site de uma empresa é como um livro — escrito formalmente e raramente revisado. A presença nas mídias sociais, por outro lado, é como uma conversa — informal e alterada constantemente. As dicas abaixo vão ajudá-lo a fazer uso dessas diferenças para aumentar tanto as vendas quanto a base de clientes.

Seja breve

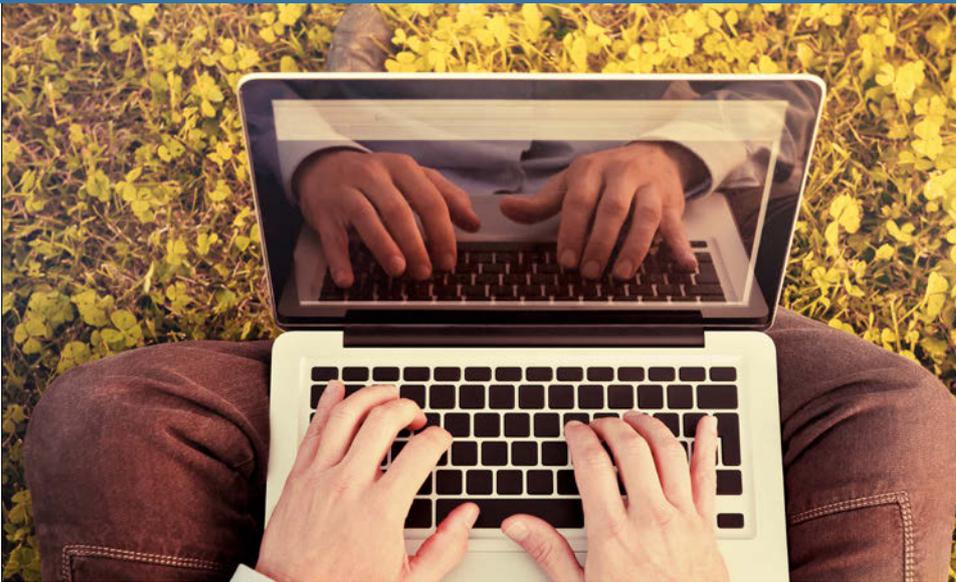
Primeiro, ao contrário do site da sua empresa, o conteúdo das suas mídias sociais precisa ser curto. Em alguns sites de microblog, por exemplo, você pode digitar apenas 140 caracteres por entrada ou

“postagem”. Outras plataformas permitem postagens mais longas, mas ainda assim você deve se esforçar para ser conciso. Não tente dizer tudo de uma vez.

Ao contrário, programe suas postagens para o decorrer do dia ou da semana, concentrando-se em uma mensagem principal por postagem. É maior a probabilidade de seus clientes lerem e se lembrarem de mensagens curtas e focadas do que de mensagens longas e desconexas.

Atualize

Nas mídias sociais, postagens antigas rapidamente deixam de ser vistas em um fluxo contínuo de conteúdo novo. Essa torrente de informação pode sobrecarregar



Empresários podem usar as mídias sociais para cultivar a fidelidade dos clientes e informar de praticamente qualquer lugar. © iStockphoto/Thinkstock

seus seguidores, que talvez vejam centenas de atualizações todos os dias de amigos, conhecidos e outras empresas.

Destaque-se com postagens oportunas e conteúdo chamativo. Use imagens e vídeos sempre que possível e certifique-se de postar com frequência. Manter-se sempre atualizado na mente de seus seguidores aumentará as chances de eles visitarem sua loja, comprarem seus produtos ou usarem seus serviços.

Personalize

As mídias sociais permitem que você dê um toque pessoal à sua empresa. Faça com que os novos seguidores sintam-se bem-vindos adotando um tom informal e amigável. Faça com que os seguidores existentes sintam-se especiais e aumente as vendas oferecendo promoções on-line exclusivas.

Por exemplo, tente postar uma “palavra do dia” para seus seguidores e ofereça um desconto ou item gratuito aos seguidores que forem à sua empresa e usarem a palavra. Quanto mais acessível e

voltado para o cliente sua empresa parecer, maior a probabilidade de reter e ampliar a base de clientes.

Interaja

Da mesma forma como faria em uma conversa cara a cara, resista à tentação de falar somente sobre você. Pense sobre o tipo de impressão que quer causar. Mantenha seus seguidores envolvidos com a postagem de artigos, links e outros conteúdos que considerar interessante para eles.

Conversas dependem de uma comunicação de mão dupla. Estimule a interação fazendo perguntas e realizando concursos. Se você tem um restaurante, por exemplo, tente pedir aos seus seguidores para dar nome a um novo item do cardápio. Se você vende equipamentos esportivos, poste os últimos resultados de equipes esportivas e convide seus seguidores a postar fotos e comentários de eventos esportivos locais. Se você vende equipamentos de cozinha, peça a seus seguidores para postar suas receitas favoritas.

Responda

Para envolver os clientes em uma conversa sobre o seu negócio e seus produtos, você precisa escutar o que eles estão dizendo. Peça feedback. Responda a mensagens e comentários. Não tenha medo de críticas — reconheça as críticas e tome medidas para abordá-las.

Tenha objetivos

Cada plataforma de mídia social é diferente. Algumas, por exemplo, usam “hashtags” – etiquetas que permitem que as postagens sejam classificadas por tópico. Pesquise. Familiarize-se com as regras de cada plataforma antes de começar a participar e decida qual é a certa para você.

Por fim, tenha estratégias. Quais redes sociais são mais populares com seus clientes-alvo? Alguma rede fornece acesso a um público que você não havia considerado antes? Invista seu tempo naquelas que oferecem as melhores oportunidades de crescimento.

Proprietários de empresas podem manter a participação dos clientes postando conteúdo que seja relevante e interessante. © iStockphoto/Thinkstock

