

MÉTRICA PARA MÍDIAS SOCIAIS

UM MAR DE POSSIBILIDADES - PARTE II




DINAMIZE

MÉTRICA PARA MÍDIAS SOCIAIS UM MAR DE POSSIBILIDADES

Parte II

Dinamize

 **Primeira edição - 2011**

Fenômenos de Atração

Produção de conteúdo

Qualidade e quantidade de conteúdo relevante, está diretamente ligado a velocidade com que as pessoas os compartilham e como consequência são criadas comunidades ao redor dos autores.

Relacionamentos

Quanto mais as pessoas interagem maior é a possibilidade do seu conteúdo ser propagado.



Principais pontos de contato

No ambiente digital temos diversos momentos em que nossos clientes e consumidores podem interagir conosco. Vejamos quais as principais formas de interação:



#dicas

Não alimente falsas expectativas.

Quem pretende usar as Mídias Sociais para incrementar vendas ou bater metas instantâneas, está redondamente enganado. Aqui falamos em criar relacionamento com seus consumidores, é um caminho sem volta. Ao interagir com eles, os resultados acontecerão naturalmente. Bons relacionamentos, estes sim geram bons resultados e conseqüentemente boas vendas.

É como se um estranho chegasse em um encontro de amigos e começasse a abordar as pessoas para apresentar produtos ou vender serviços. Isso é completamente fora de contexto e não trás bons resultados. As pessoas ficam incomodadas e a empresa colherá péssimos resultados.

Nestes ambientes, você precisa
conjuguar o “ser” e não tão
simplesmente o “estar”.

“Não faça nada no online
que não faria no offline”

Compreenda a dinâmica das redes digitais

Planejamento é tudo! Antes de se aventurar neste diversificado ambiente, esteja certo quanto as características de cada rede social. Você precisa compreender as particularidades destes ambiente, pois qualquer deslize pode custar uma péssima impressão da sua empresa.



A photograph of a man and a woman in professional attire. The man is in the foreground, smiling, wearing a dark suit and a blue tie. The woman is leaning over him, also smiling, wearing a black cardigan over a white top. They are both looking towards the camera. In the background, there are papers on a desk, including one with a red and blue bar chart.

Diga com quem andas

Saiba claramente os interesses e as necessidades do seu público-alvo. O que eles querem naquele ambiente? Querem falar de trabalho ou jogar conversa fora? Entenda de tudo e sobre todos. Estabeleça um contato agradável, pertinente e contínuo.



O que deseja fazer?

Defina se você precisa criar um canal de relacionamento para atender seus clientes, tirar dúvidas, enfim, interagir com seus clientes e consumidores;

Compartilhe novidades

É o ambiente ideal para levar aos seus fiéis clientes e seguidores, notícias e novidades sobre produtos, dicas, promoções ou vantagens recentes.

Faça algo especial!

Privilegie estes canais de relacionamento oferecendo conteúdos exclusivos, promoções especiais e atendimento diferenciado.

Importância das métricas

Você poderá entender como é a visibilidade de sua marca perante as outras mídias. Que quanto mais influente for sua comunicação, maior será o potencial de propagação e a qualidade da sua reputação. Que ao estudar o engajamento das pessoas com a sua empresa, você pode quantificar a profundidade desta interação nas redes sociais, em atividades que, geralmente, não poderíamos aferir em ações offline. Quantas vezes sua mensagem foi retransmitida (RT) no Twitter ou marcada com um "Like" no Facebook.



1 | 2 | 3

Números em silêncio

O mercado vem acostumado aos modelos do **Marketing de Interrupção**, onde existe apenas um canal emissor de conteúdo. O espectador é exposto a estes canais (TVs, Rádios,...) para, simplesmente, ter em troca a experiência transmitida pela programação.

Neste modelo perde-se o direito de escolha. É a comunicação de massa com seus efeitos de comotização da cultura, uma verdadeira via de mão única. Para que seus produtos façam parte deste imponente universo de hábitos e comportamentos, paga-se um valor que nem sempre está ao alcance das empresas.

E mesmo para quem consegue investir, a única maneira de medir estes resultados vêm de canais de pesquisas e índices aproximados. Estes são os únicos recursos que ajudam a verificar o esforço feito para tornar seus produtos e serviços como os mais queridos na mente dos consumidores. São números em um silêncio quase inocente.



Não é incomum encontrar profissionais de mídias sociais capturando dados manualmente a fim de mensurar a opinião de seus clientes. Ler todos os comentários que saíram no Twitter, Facebook, canais de vídeo, blogs. Depois anotar tudo em planilhas e consolidar em resultados representativos, chega a ser uma maratona. Após horas nesta desafiadora tarefa, você finalmente está pronto para se concentrar e analisar o teor das menções e tirar suas conclusões.



Nesta atividade, o ganho de tempo na captura qualificada de dados, reflete diretamente na qualidade final de sua análise. Um relatório fornecido rapidamente e com grande precisão, faz que sua linha de raciocínio tenha continuidade e seqüência lógica. É vital consolidar o resultado de suas ações.

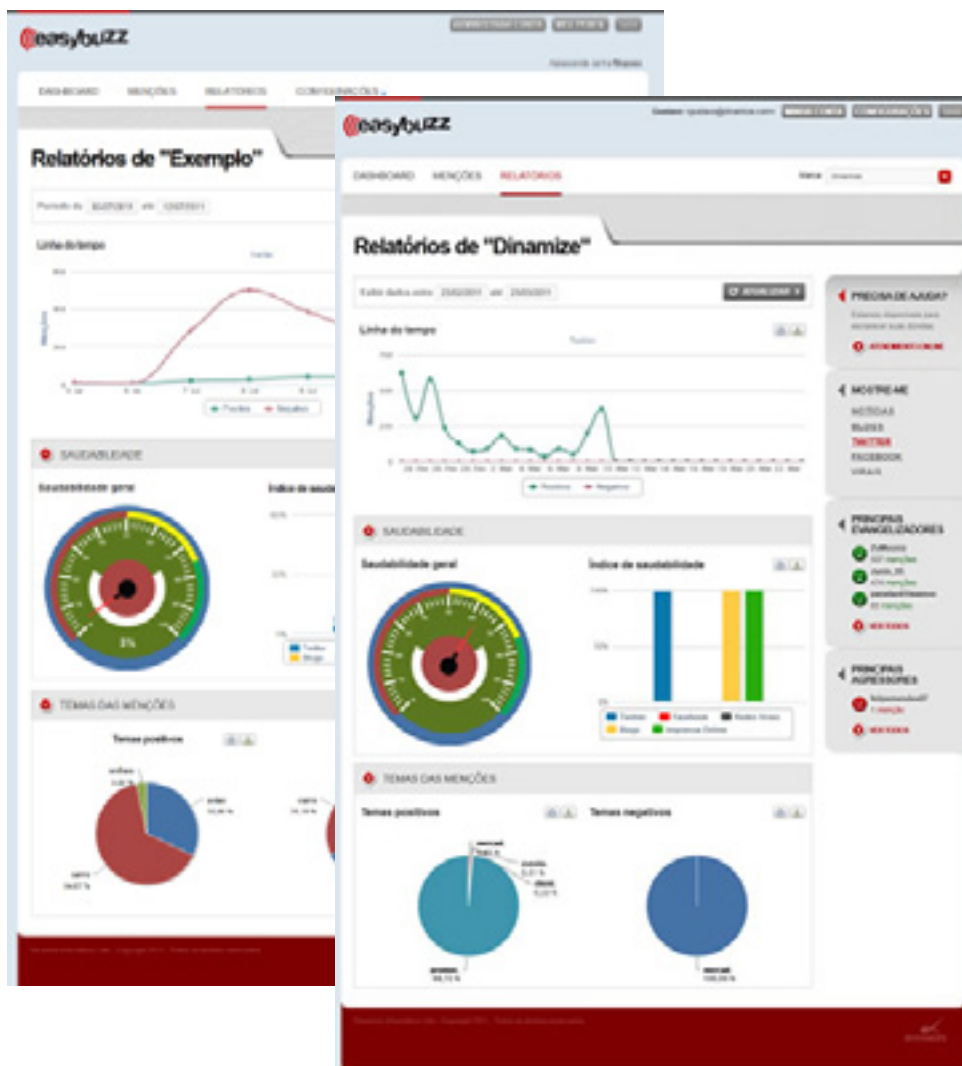
O Easy Buzz

E é desta premissa que parte o Easy Buzz. Quanto mais você analisa e qualifica os comentários recolhidos, mais rapidamente o sistema aprende suas características de classificação, devido ao recurso de Inteligência Artificial.

Analisando alguns casos, percebemos uma redução de até 50% no tempo de consolidação das menções. Isso é produtividade!



No Easy Buzz você pode desenvolver relatórios de acordo com sua necessidade de interpretação. Isso nos leva a um outro nível de interação, onde você não será apenas um operador e sim um analista de mídias sociais. São recursos profissionais que priorizam otimizar o tempo de compilação de dados e principalmente gerar relatórios definitivamente úteis.



Breves comentários...

... resultados duradouros

Crie perfis objetivos e que abordem ao máximo, todo o conteúdo de sua empresa, serviços ou produtos. Seja acessível. O mais importante é que todo este material deva estar linkado as suas ações de Marketing de Busca e SEO.

Nas mídias sociais as pessoas são mais espontâneas e conseqüentemente extravasam suas opiniões em forma de elogios e muitas das vezes como críticas. Aproveite a proximidade que estas redes proporcionam para esclarecer dúvidas e resolver problemas. As pessoas querem ser ouvidas, basta você ficar atento.



Aproveite a proximidade que as redes sociais proporcionam para iniciar sua linha de comunicação. Ficará mais fácil tirar d vidas e escutar opiniões em um ambiente controlado. Envie campanhas de email marketing, publique conteúdo informativo sobre seus produtos e serviços, pea opiniões pelo Facebook, mobilize comentários pelo Twitter. Desta forma ficará mais fácil identificar os pontos fortes e fracos em sua estratégica de comunica o para alcanar o sucesso.

Sobre o autor



Gustavo Pereira, conhecido como GP, é professor de Marketing Digital e acumula enorme bagagem prática. Desde 1997, trabalhou em alguns dos sites pioneiros do Brasil, como O Elefante, O Carteiro, Via Global e Central de Desejos, também atuando como Gerente de Planejamento em agências Marketing Digital. GP é consultor em Gestão para Negócios Digitais e desenvolve projetos de Planejamento para Marketing Interativo.

Foi responsável pela implantação da filial carioca da Dinamize, empresa especializada em softwares de comunicação, como e-mail marketing, chat online, pesquisa online e monitoramento de redes sociais. Paralelo a isso é o atual vice-presidente da Associação Brasileira de Agências Digitais - Rio de Janeiro.