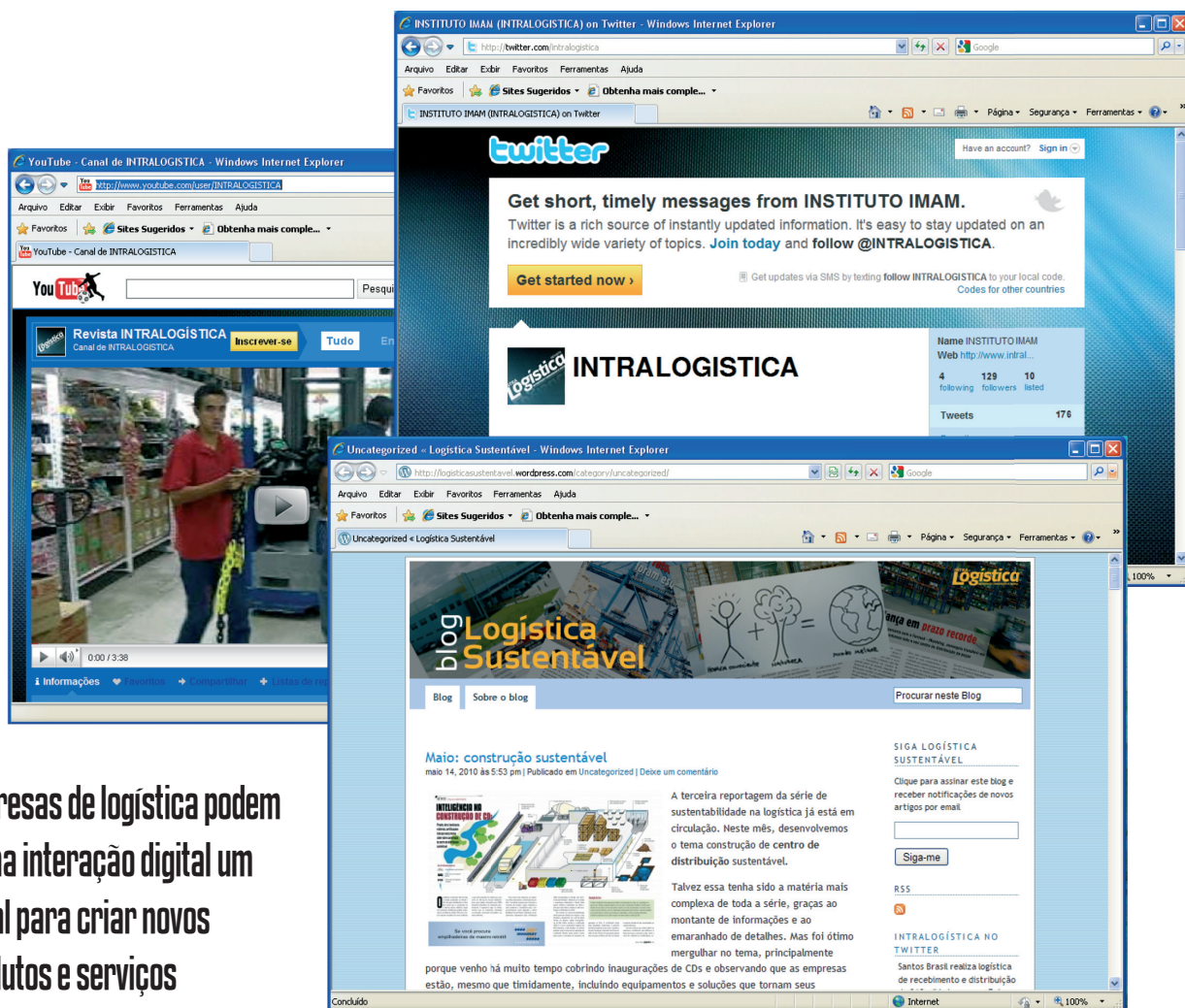


TIRE PROVEITO DAS REDES SOCIAIS



Empresas de logística podem ter na interação digital um canal para criar novos produtos e serviços e aperfeiçoar os já existentes

Revista INTRALOGÍSTICA presente em três redes sociais

A Copa do Mundo e as campanhas “Cala a Boca Galvão” e “Cala a boca Tadeu Schmidt” são bons exemplos da força que as redes sociais têm atualmente. As brincadeiras do brasileiro com o famoso locutor esportivo e, de quebra, com os estrangeiros, foi tema de reportagens nos jornais espanhol *El País* e no americano *The New York Times*.

O episódio serve para ilustrar o poder das redes sociais que têm como sites principais o Twitter, o Facebook e o Orkut. Segundo a Insights Consulting, comunidades virtuais já abrigam quase um bilhão de habitantes. Só o Facebook

tem 400 milhões de pessoas conectadas.

As empresas estão começando a investir no poder dessas redes para divulgar produtos e serviços. A Hersheys, por exemplo, utilizou o mecanismo para divulgar a “chuva de chocolates” que promoveu na avenida Paulista no dia 30 de maio, estratégia chamada de marketing viral.

E para as atividades logísticas? As redes sociais podem ser úteis? Dependendo do uso que se faz dela. Não basta criar um endereço nessas redes, divulgar apenas propaganda de seus produtos, dizendo que eles são os melhores. Para conquistar leitores é preciso,

inevitavelmente, fornecer conteúdo. E ao planejar montar uma comunidade é preciso ter claro: administrá-la dá trabalho. Nada mais ruim do que manter as informações desatualizadas. O leitor entra, vê que as informações estão desatualizadas e pronto: você já perdeu um leitor e até mesmo o cliente. Assim rápido mesmo, como tudo que envolve a internet.

O leitor, futuro cliente, procura essas comunidades para relacionar-se e, portanto, este deve ser um canal de duas vias: que privilegie a troca de informações e a interação. Você deve sim responder aos leitores, criar um vínculo

lo. É a confiança que ele adquire em você que vai pesar na hora de fechar um contrato. As redes sociais também são caminhos rápidos para fazer pesquisas: descobrir o que seu cliente ou potencial cliente precisa e o que ele espera de um produto.

Outro ponto: você deve escolher a comunidade da qual participará de acordo com o perfil de sua empresa e o público alvo que quer atingir. Pesquise antes de criar sua conta.

Cuidados

Se você participa de uma comunidade como pessoa física é bom tomar cuidado. Uma precaução importante: não se esqueça que tudo que você coloca na rede pode ser lido nos segundos seguintes por milhares de pessoas e prejudicar sua empresa e você mesmo. A falta de privacidade na rede é um dos pontos que mais tem causado problemas aos internautas.

Dicas de uso

Se você está pronto para se aprofundar no mundo da web, considere as dicas a seguir, compiladas com a ajuda do guru de redes sociais Tim Richards, gerente de operações da States Logistics Services:

1. Crie sua presença na web. Antes de se envolver na rede social, é necessário criar um perfil. O LinkedIn é o site de rede social preferido da maioria das empresas; o Facebook e o Plaxo também são amplamente usados. Estes sites lhe possibilitam buscar grupos e empresas de seu interesse e se registrar para ser informado das novidades. Você também pode se envolver com outros usuários e enviar perguntas ou artigos.

2. Explore a internet em busca de possíveis fornecedores. Muitos prestadores de serviços exibem um link de rede social em suas páginas na internet. Se você ver um link para o Twitter, por exemplo, registre-se para

“acompanhar” a empresa e receber suas novidades e mensagens.

3. Acompanhe os fornecedores que não postem apenas boletins informativos. As empresas que utilizam a mídia social de forma correta não falam em tom de marketing. Elas se envolvem com o cliente. Siga as empresas que ofereçam soluções reais por meio de relatos e histórias de casos em vez de autopromoção descarada.

4. Investigue os perfis dos líderes de seu setor. A evolução das redes sociais possibilita interagir facilmente com os líderes. Tire proveito disso. Leia seus perfis, observe os grupos com quem se uniram, veja em que tipo de discussão eles participam. Não tenha receio de entrar.

5. Registre-se nos feeds RSS para acompanhar os integrantes de

sua rede. O uso dos feeds RSS aumenta significativamente a sua capacidade de ficar atualizado com as informações importantes, quer seja um blog, novas atualizações ou 'tweet'.

6. Decifre o que for negativo. As redes sociais podem fornecer informações sobre um parceiro em potencial, contudo é preciso saber como discriminar entre as divulgações de um ex-funcionário insatisfeito e uma análise verdadeiramente negativa. Investigue as críticas e os comentários positivos sobre um fornecedor ou serviço que estiver analisando.

7. Envolver-se e não fique só observando ou ouvindo. Escolha grupos no LinkedIn, no Facebook ou no Plaxo com uma sólida base de afiliação e inicie seu próprio grupo para estruturar a conversação em torno de seus problemas – negociação dos preços das transportadoras ou implementação da RFID, por exemplo. Colabore com os fornecedores e embarcadores.

8. Esteja informado. Faça buscas frequentes sobre os tópicos de seu interesse. Reserve um tempo diariamente para monitorar os seus sites de rede social e de feeds RSS. Use-os como ferramenta de busca enviando discussões e analisando as respostas.

Tudo que você coloca na rede pode ser lido nos segundos seguintes por milhares de pessoas e prejudicar sua empresa e você

9. Atraia novos profissionais da logística. Procurando ajuda na logística? Os sites de redes sociais podem conectá-lo com as pessoas certas. Busque os perfis e divulgue uma lista de oferta de empregos. As redes sociais aumentam exponencialmente o seu alcance e candidatos potenciais.

10. Pegue as opiniões dos clientes. Saiba o que sua empresa está

fazendo certo e errado comunicando-se com os clientes on-line. Você pode criar um blog onde os clientes possam comentar sobre um novo procedimento logístico, por exemplo. Além disso, lance uma página do tipo "Torne-se fã de" da sua empresa no Facebook. Peça aos clientes sugestões sobre como melhorar o seu serviço e solicite "feedback" sobre qualquer procedimento novo ou melhoria que oferecer. As pesquisas on-line também são úteis.

A revista **INTRALOGÍSTICA** já aposta nas redes sociais e, além de seu site, atualizado diariamente (www.revistaintrallogistica.com.br), dispõe de uma conta no Twitter (<http://twitter.com/INTRALOGISTICA>), um canal no YouTube (<http://www.youtube.com/INTRALOGISTICA>) e um blog da série Logística Sustentável (<http://logisticasustentavel.wordpress.com>). Pesquise e use as redes sociais a seu favor. []