

Marketing Nas Mídias Sociais

Cap 2: Por que as empresas estão utilizando o marketing nas mídias sociais?

O marketing nas mídias sociais, por si mesmo proporciona maior oportunidade para empreendedores individuais, pequenos negócios, empresas de porte médio e grandes corporações de consolidar uma marca e os negócios a ela relacionados.

Exemplo: Parque Temático de Harry Potter

Em 2008 Cindy Gordon liderou uma campanha de marketing do novo parque de Harry Potter. Para tal tarefa ela recebeu uma verba considerável. No entanto, ao invés de gastar milhões em comerciais em televisão, Gordon apelou para as redes sociais e conseguiu os seguintes resultados:

- 350 milhões de pessoas visualizaram a transmissão online (webcast).
- Blogs especializados disseminaram a notícia em tempo recorde.
- Gerou conversação no Twitter dentre outras redes sociais.

Como o marketing nas mídias sociais pode impulsionar seus negócios.

- Construir Relacionamentos: Fortalece a relação entre a empresa e seus clientes.
- Consolidar Marcas: Tornar sua marca conhecida.
- Publicidade: Mediar conversações de informações positivas e modificar as impressões negativas.
- Promoções: Oportunidade de oferecer descontos exclusivos.
- Pesquisa de Mercado: Ferramentas que facilitam o conhecimento sobre seus consumidores.

Os quatro pilares do marketing nas Mídias Sociais.

1. Ler
2. Criar
3. Compartilhar
4. Discutir

Cap 3: Quem está fazendo certo e quem está fazendo errado?

Não importa o quanto de tempo que você dedique a sua participação nas redes sociais na tentativa de promover o crescimento dos seus negócios, há uma regra fundamental que jamais deve ser negligenciada: é preciso que você agregue valor.

A Regra 80 para 20 nas Mídias Sociais

Crie uma imagem positiva da sua empresa ao passar 80% do seu tempo de uso nas redes sociais interagindo com as pessoas e apenas 20% desse tempo autopromovendo-se.

Mídia conquistada no "Boca a Boca"

Ofereça as pessoas informações úteis, que possam ajuda-las ou diverti-las; assim os integrantes de sua plateia desejarão compartilhá-las com seus próprios contatos através das redes sociais. O engajamento desenvolvido por você, irão tornar seus consumidores leais defensores da sua marca.



Transforme seu Consumidor em Proconsumidor

Quem Esta fazendo Errado?

Erro da Dell

Um ex-funcionário da Dell elencou 22 segredos dos termos de garantia da Dell para um popular blog. A Dell verificando que o blog prejudicaria sua imagem exigiu fortemente através de e-mails que o artigo fosse retirado do blog. O blog Consumerist publicou os dois e-mails da Dell juntamente com a resposta indignada do blog sobre a tal exigência feita pela empresa. Em menos de 48 horas os post haviam sido acessados mais de 5 mil vezes e recebido centenas de comentários.

Quem Esta fazendo Errado?

A United Airlines Quebra Guitarras.

O músico David Carrol embarcou em uma avião da United Airlines após despachar sua guitarra no compartimento de carga. Ao chegar observou que sua guitarra estava seriamente avariada. Como a empresa não ofereceu nenhuma forma de compensação, o músico resolveu fazer um vídeo cantando uma musica que "viralizou" na internet alertando que a empresa quebra guitarras.

Quem Esta fazendo Certo?

A Comcast Envolve-se

Ao invés de esconder as questões relativas ao atendimento aos consumidores, a Comcast discute abertamente em seu perfil do Twitter @ComcastCares.

Quem Esta fazendo Certo?

Whole foods é Onipresente

Facebook, Twitter, canal no Youtube, Blogs, enfim independente da mídia social preferida dos seus consumidores a Whole foods esta presente construindo um forte relacionamento com seus clientes.

Os 3 Cs do sucesso ou do Fracasso nas mídias sociais

	ERRADO (FRACASSO)	CERTO (SUCESSO)
Conversação	Conter	Deixar fluir livremente
Conteúdo	Protegê-lo com direitos autorais ou postá-lo por trás de alguma barreira que impeça o livre acesso a ele	Compartilhá-lo
Controle	Retê-lo firmemente	Cedê-lo

Cap 4: Tamanho único não serve para todo mundo

Não existe uma única receita de sucesso para o marketing nas redes sociais. Ao invés de copiar um modelo de seu concorrente cada empresa deve procurar sua própria estratégia mercadológica e como vai construir esse relacionamento com o cliente.

- Não existe dono da verdade no marketing nas mídias sociais.
- Estamos ainda na infância do marketing nas mídias sociais.

Cinco passos para o sucesso do marketing nas mídias sociais.

Passo 1: Encontre seu melhor público.

Antes de fazer qualquer coisa relacionada ao seu marketing nas mídias sociais, você deve investir tempo para encontrar as pessoas com as quais você deseja comunicar-se on-line. Junte-se a elas nos meios que as mesmas já costumam passar seu próprio tempo. Progressivamente, você poderá conduzi-las a conhecer e interagir as suas mídias sociais.

Cinco passos para o sucesso do marketing nas mídias sociais.

Passo 2: Crie um conteúdo Excelente

Mais que apenas criar conteúdo de qualidade você deve prezar por uma comunicação que transpareça honestidade, confiança e personalidade.

Revise antes de postar algo. Erros ortográficos e gramaticais podem depor contra a imagem da sua empresa.

Cinco passos para o sucesso do marketing nas mídias sociais.

Passo 3: Jamais pare de fazer pesquisa

Descubra o tipo de informação que o seu público alvo procura, quais assuntos essas pessoas mais se envolvem e o que faz elas voltarem e, então dê a elas exatamente isso.

É importante ficar atento a produção de conteúdo feita pelas diversas empresas do seu mesmo ramo de trabalho. Sempre a algo a aprender e diversificar.

Cinco passos para o sucesso do marketing nas mídias sociais.

Passo 4: Dê mais do que você recebe

Além de informações sobre sua empresa ofereça ao seu público um conteúdo interessante, útil e valioso. Seja acessível e responda em tempo hábil todas perguntas, reclamações e sugestões.

Lembre-se da regra "80 para 20" que falamos anteriormente.

Cinco passos para o sucesso do marketing nas mídias sociais.

Passo 5: Diversifique suas atividades nas mídias sociais

Na medida do possível incremente novas mídias sociais a sua marca. Fazer isso permitirá que você conecte a um número cada vez maior de pessoas e criar uma rede mais extensa de "defensores de sua marca".