

Prezados Senhores,

Para conhecimento e para pensar...

É interessante observar o desenvolvimento de uma idéia.

As redes sociais (facebook, orkut, twitter, LinkedIn, etc) surgiram teoricamente para aumentar o grau de integração das pessoas utilizando a internet como meio, tomando como base alguns parâmetros de identificação comuns. Por exemplo, relação de conhecidos (facebook), gostos pessoais (orkut), relações profissionais (LinkedIn) ou até mesmo para acompanhar publicamente tarefas, afazeres ou pensamentos (twitter). Um frase espirituosa surgiu neste momento: "You are what you tweet".

Este fato proporcionou, aos poucos, novos efeitos culturais, sociológicos e até mesmo psicológicos no comportamento dos participantes destas redes sociais. Visto inicialmente por alguns como uma "brincadeira inteligente", a rapidez do seu crescimento quase exponencial (no mês de julho, por exemplo, o programa facebook anunciou ter atingido o patamar de 500 milhões de usuários) fez com que os conceitos começassem a mudar.

Um primeiro sinal foi o surgimento de cursos e palestras para a melhor utilização destes meios. Por exemplo, como as empresas podem utilizar melhor o facebook? Qual a melhor estratégia comercial no twitter? Ou até de como um indivíduo profissionalmente pode otimizar o seu LinkedIn? Ainda pouco relevante no Brasil, deve ser apenas uma questão de tempo para que este tipo de abordagem chegue por aqui com força. Ver, por exemplo um exemplo destas palestras:

<http://ht.ly/2uy82>

Hoje, nas grandes companhias, já existe consenso que as áreas comerciais e de marketing precisam (ou precisarão) preparar uma estratégia específica para as redes sociais. Embora, sinceramente, acredito que ainda haja dúvidas sobre o que se deve fazer exatamente...

Um passo seguinte neste processo de, digamos, "profissionalização das redes sociais" foi o início de estudos visando avaliar os possíveis efeitos destes acontecimentos nos negócios das companhias (até mesmo em segmentos empresariais específicos).

Ou seja, em linguagem simples, é possível uma companhia ganhar dinheiro com isso?

Nesta linha, há apenas duas semanas, a empresa de consultoria Accenture divulgou o interessante estudo "Networking Reinvented: Achieving High Performance in Insurance through Social Media". Acredito que este seja um dos primeiros estudos publicados que avalia os possíveis efeitos das redes sociais no segmento de seguros.

Ver...

http://blogs.accenture.com/Accenture_Blog_on_Insurance/Media/Accenture_Achieving_High_Performance_in_Insurance_through_Social_Media.pdf

O estudo em questão apresenta 5 possíveis consequências:

1) Diminuição no custo de estabelecimento e desenvolvimento de uma nova marca ou produto.

- 2) Uma maior integração nas áreas de vendas, marketing e serviços.
- 3) Aumentar a eficácia de recrutamento, formação e desenvolvimento de competências.
- 4) Desenvolvimento de produtos específicos utilizando as redes sociais.
- 5) De um modo geral, melhora no modelo operacional de negócios.

Vamos esperar pelos próximos capítulos (certamente acompanhados no twitter...)

Abraços,

Francisco Galiza.

www.ratingdeseguros.com.br

<http://twitter.com/ratingdeseguros>