

Como as empresas podem aproveitar o social business para crescer na crise

Descubra as vantagens associadas à utilização desta tecnologia para superar a concorrência e obter sucesso nos negócios

13/09/2016 11:14:31

O cenário econômico atual somado à globalização da informação e das atividades profissionais, elevou a concorrência e tornou o mundo dos negócios cada vez mais competitivo. Estar à frente do seu concorrente e próximo do seu cliente nunca foi tão necessário como agora.

Levando-se em consideração que as pessoas e as organizações estão cada vez mais presentes nos meios digitais, é impossível traçar estratégias assertivas de mercado que não incluam uma forte presença virtual. Ainda mais com a febre das redes sociais que se tornaram um celeiro fértil para as empresas interagirem online com os stakeholders.

“Não tem ambiente mais propício para fomentar os negócios do que as redes sociais corporativas. Ao utilizar uma plataforma como o LinkedIn, com 450 milhões de usuários espalhados pelo mundo inteiro, um vendedor pode localizar e se aproximar de um cliente para fechar uma negociação em âmbito internacional”, esclarece a especialista em social business da DMS, Denise Maia.

Um levantamento do International Data Corporation (IDC) indica que 25% das empresas brasileiras pretendem investir em social business com o objetivo de adquirir vantagens competitivas em 2016. Através deste modelo de marketing tecnológico as empresas conseguem fazer a gestão da marca e da reputação da organização, criar relacionamento com os clientes e melhorar a compreensão das tendências de mercado. Além de estimular a conectividade entre empregados, clientes, parceiros, fornecedores e até concorrentes.

A especialista em social business da DMS, Denise Maia, destaca algumas vantagens na utilização desta tecnologia para obter sucesso nos negócios:

Criação de Valor – o poder nas mídias digitais deriva da partilha de conhecimento, em virtude disso, possuir uma página bem elaborada e com conteúdo de qualidade em uma rede social corporativa funciona como uma vitrine que aumenta a reputação da empresa, reforça o seu posicionamento e promove a marca dentro deste novo paradigma tecnológico.

Gestão de relacionamento com os clientes – o fluxo de contatos que pode ser obtido dentro de uma plataforma de negócios tem um alcance social muito grande o que amplia o relacionamento com os atuais e os potenciais clientes. Por meio do contato social entre organização e público-alvo é possível medir o feedback dos produtos e serviços ofertados pela empresa e colher dados para avaliar o sucesso destas iniciativas.

Aumento na produtividade dos colaboradores – é possível estabelecer um novo modelo de captação de clientes dentro das organizações, porque, os profissionais que sabem utilizar suas conexões dentro das redes corporativas para prospecção de clientes levam vantagem sobre os demais. Os velhos modelos de ligações frias e envio de e-mail marketing, para contatar uma pessoa chave para negociar, foram ultrapassados pelo relacionamento direto com os poderosos contatos disponíveis nas redes. Os colaboradores se tornam ainda mais proativos se incorporarem a função de embaixadores das marcas e divulgarem o potencial da empresa que representam para sua rede de contatos.

Identificação e exploração de novos modelos de negócio – através da observação e compreensão do comportamento dos concorrentes dentro das plataformas corporativas, fica mais fácil traçar uma tendência de mercado e desenvolver estratégias de inovação para superar a concorrência e ampliar as oportunidades de crescimento.