Perspectiva

A imagem na blogosfera

Quase um terço das empresas monitora o ambiente virtual, para saber o que dizem os blogs e as comunidades sobre suas marcas

Um número significativo de empresas (30%) monitora o que é dito sobre suas marcas em blogs e comunidades de relacionamento.

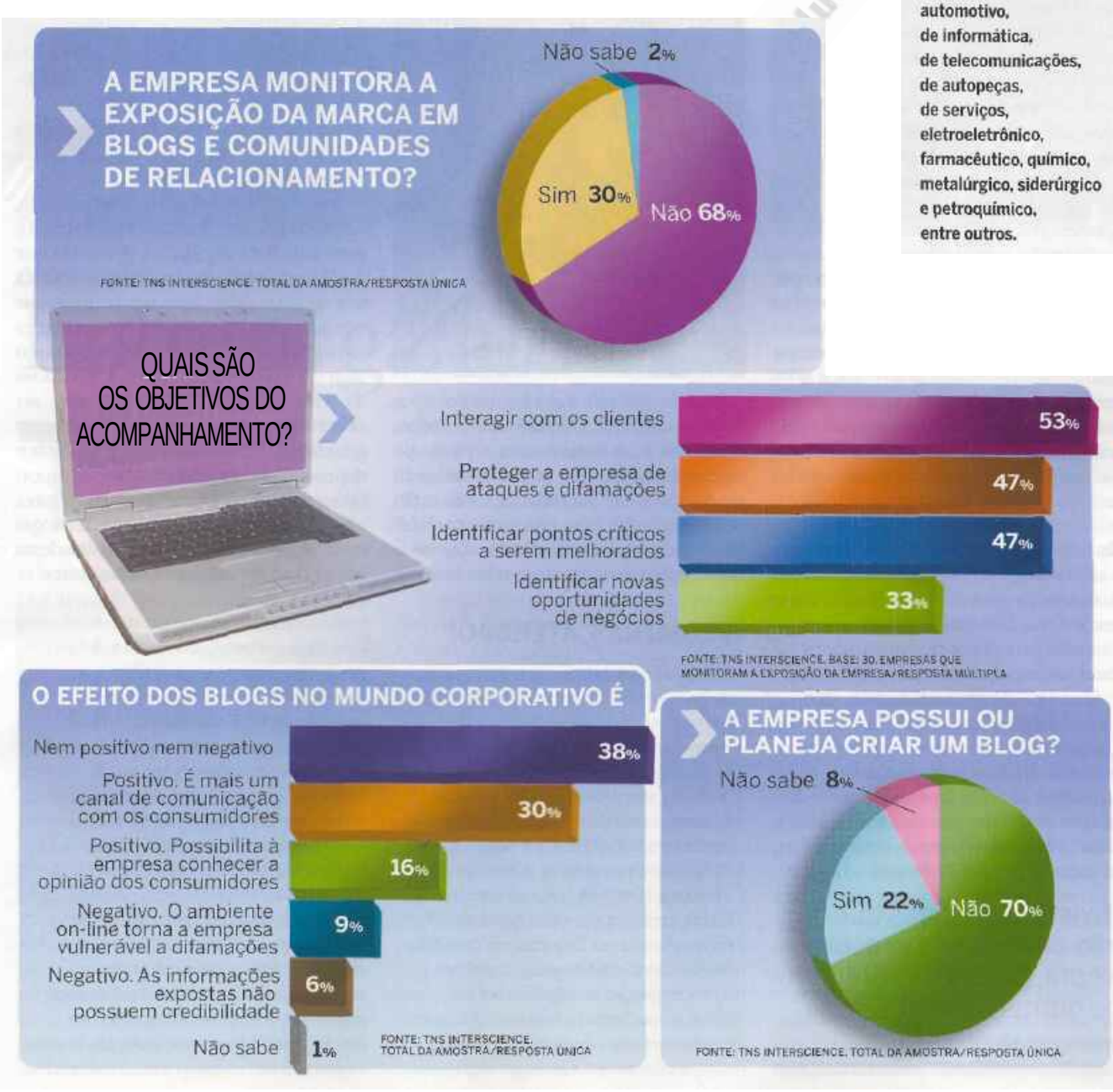
O acompanhamento é realizado com o objetivo de interagir com os clientes, em 53% dos casos. Outras razões citadas foram proteger a empresa de ataques e identificar pontos críticos a serem melhorados (47%).

Para 46% dos executivos, os blogs exercem um efeito positivo no mundo corporativo, enquanto 38% acreditam que o efeito não é positivo nem negativo. Apenas 15% consideram esse impacto somente negativo.

Apesar das opiniões predominantemente favoráveis, apenas 22% das empresas possuem ou pretendem criar um blog próprio.

tns InterScience

Foram ouvidos, entre 7 e 11 de abril, cem executivos de empresas dos setores de alimentos e bebidas, têxtil, automotivo, de informática, de telecomunicações, de autopeças, de serviços, eletroeletrônico, farmacêutico, químico, metalúrgico, siderúrgico e petroquímico, entre outros.



Fonte: Carta Capital, a. 14, n. 495, p. 51, 14 maio. 2008.