

O DESPERTAR PARA A INTERAÇÃO

PETE BLACKSHAW É VICE-PRESIDENTE DA NIELSEN ON-LINE E LANÇOU O CONCEITO DE CONSUMIDOR GERADOR DE MÍDIA. EM ENTREVISTA À CONSUMIDOR MODERNO, ELE FALA SOBRE AS NOVAS FORMAS DE AS EMPRESAS SE RELACIONAREM COM SEUS CLIENTES

PETE BLACKSHAW CRIADOR DO SITE PLANETFEEDBACK.COM, É VICE-PRESIDENTE DA NIELSEN ON-LINE, E É UM EXPERT QUANDO O ASSUNTO É CONSUMIDOR 2.0. Ele criou, há cerca de dez anos, o que seria o embrião das redes sociais, e hoje faz palestras pelo mundo falando sobre o consumidor 2.0 e suas possibilidades de interação. Para ele, o consumidor 2.0 tem, sim, o poder nas mãos, e pode construir e destruir a reputação e a imagem de uma empresa em questão

mudar. "Um jovem que baixa músicas pela internet, que está no FaceBook, Twitter, Orkut, e nos blogs, não pode ter apenas uma caixa postal, um telefone e um e-mail para se comunicar com a empresa. As companhias têm de levar para dentro do call centers as mídias sociais, é lá que as pessoas estão", ressalta. "Estamos vivendo uma oportunidade única de interagir com o consumidor para criar uma imagem de credibilidade, as empresas tem de acordar para isso já", diz.



de segundos. Mas as corporações podem ser mais atuantes se agirem com iniciativas. "Conheci aqui no Brasil o blog da Claro (www.claroblog.com.br) e fiquei muito impressionado, principalmente por se tratar de uma empresa de telecomunicações que geralmente são as últimas a terem essa proatividade", revela.

Blackshaw acredita que as empresas precisam ter transparência, confiança, autenticidade, afirmação e a iniciativa de responder e escutar seus clientes e consumidores. "Esses são os ativos que uma empresa precisa ter para lidar com o consumidor 2.0". As formas de comunicação devem também

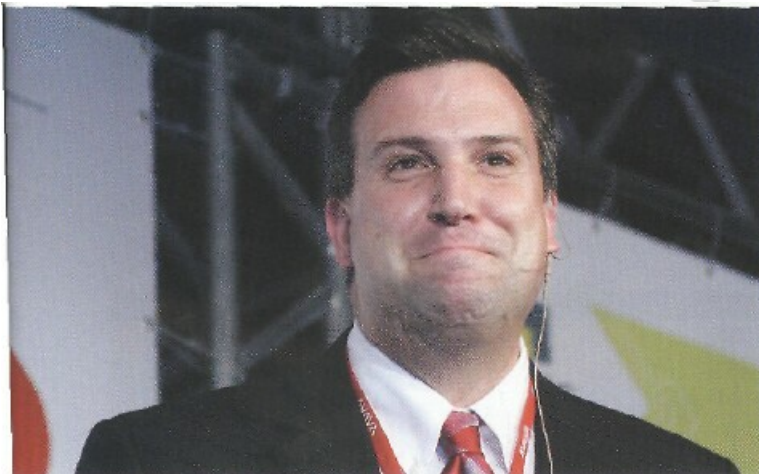
Pete foi um dos destaques do último Conarec (Congresso Nacional das Relações Empresa-Cliente), realizado em setembro. Blackshaw diz que ficou surpreso com a maturidade das empresas na relação com o cliente. "Este país está praticamente ensinando o inundo a atender o cliente e eu não ficaria surpreso se daqui a algum tempo o Brasil se tornar líder em web 2.0. Está no DNA dos brasileiros essa simpatia e naturalidade para servir e atender, isso deve ser aproveitado com sabedoria", comenta. Acompanhe a entrevista exclusiva que Pete Blackshaw concedeu à *Consumidor Moderno*.

CONSUMIDOR MODERNO VOCÊ ACREDITA QUE ESSE FENÔMENO DE MÍDIAS SOCIAIS E VINCENT FERRARI (UM AMERICANO QUE TEM VERBETE NO WIKIPEDIA E VÁRIAS CITAÇÕES NO GOOGLE E FICOU FAMOSO AO COLOCAR SUA MÁ EXPERIÊNCIA COM O PROVEDOR DE INTERNET AOL NA WEB SE TORNANDO O 'REPRESENTANTE' DO CONSUMIDOR ATUAL) É CONHECIDO PELAS EMPRESAS E ELAS AINDA NÃO SABEM O QUE FAZER, OU AS COMPANHIAS NEM SEQUER SE DERAM CONTAM DISSO?

PETE BLACKSHAW Elas estão aprendendo do jeito mais difícil, no caso da Aol, Del! e outras. As experiências similares às do Vincent Ferrari são como sinais de alerta. As empresas estão se motivando por meio dessas situações e estão aprendendo pela dor. A boa notícia é que tudo isso é mensurável, pode ser quantificado e as companhias podem começar a ler melhor os sinais e a responder apropriadamente ao consumidor.

CM MAS ELAS JÁ SABEM COMO RESPONDER. APROPRIADAMENTE?

PB Elas estão tentando. Existem duas maneiras diferentes de reagir em relação a essas manifestações. A primeira é saber do fato, mas por estratégia continuar agindo da mesma maneira. A segunda é começar a utilizar o site para conversar com o cliente, e até outros canais. A empresa pode mudar as perguntas mais frequentes do site, usar o poder dos vídeos on-line, fazer páginas e comunidades em sites de relacionamento. Há várias maneiras.



CM VOCÊ ACREDITA QUE O FENÔMENO DO CONSUMIDOR 2.0 CRESCERÁ AINDA MAIS?

PB Acho que os consumidores estão se conscientizando do poder que tem nas mãos e eles estão dispostos a utilizá-lo cada vez mais. A chave para as empresas é manter um radar bem ativo para com esses consumidores e ativar uma conversa transparente com eles, Teremos Vincents Ferrari 3.0, 4.0. E ilimitado, muitas coisas que nem imaginamos podem acontecer. Ninguém sabia, por exemplo, que o consumidor iria usar a web como canal para falar das empresas e com as empresas.

“**FIQUEI IMPRESSIONADO COM O BLOG DA EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR CLARO. MAS ISSO DEVE SER GERENCIADO CUIDADOSAMENTE. SÃO MUITOS CLIENTES**”

CM VOCÊ DISSE EM SUA PALESTRA QUE OS CONSUMIDORES TÊM O PODER, MAS NÃO TODO O PODER. AS EMPRESAS PODEM SER PARTE DISSO, QUAIS OUTROS RECURSOS ELAS PODEM USAR?

PB Acho que essa onda de blogs é um ótimo começo. Fiquei impressionado com o blog da empresa de telefonia celular Claro. Mas isso deve ser gerenciado cuidadosamente. São muitos clientes.

CM ACREDITA QUE A QUESTÃO DA INTERAÇÃO É CULTURAL? QUE EM ALGUNS PAÍSES O CONSUMIDOR 2.0 PODE NÃO EMERGIR TANTO?

PB Acho que sim. No Brasil tenho observado muitas similaridades com os Estados Unidos. Talvez o Brasil, esteja em um nível ainda maior de sofisticação. A questão dos call centers e do atendimento ao cliente é muito bem difundida por aqui, as empresas são bem conscientes da atenção que tem de dar aos clientes. Na China, por exemplo, há mais usuários de internet que no Brasil. Eles usam muito esse canal para falar com o governo, para fazer mídia e gerar conteúdo. De uma maneira geral, esse é um fenômeno mundial, mas existem as diferenças regionais que variam de acordo com o perfil dos consumidores.

CM INTERAGIR E PARTICIPAR DESSE FENÔMENO SÃO SÓ UMA QUESTÃO DE ESTRATÉGIA OU EXISTEM FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS QUE PODEM AJUDAR AS COMPANHIAS NESSA TAREFA?

PB Tem ferramentas que podem ajudar, mas é muito mais uma questão de conscientização e foco, tecnologia é apenas um meio. As empresas têm de ser centradas no cliente e criar processos internos que priorize essa relação, esse é o ponto fundamental. Existem ferramentas, como de mensagens instantâneas ou software, que podem dar um retorno mais rápido para o cliente. Tudo isso é ótimo e as companhias têm de buscar tudo que possa melhorar a interação com o consumidor. Mas a base está na prioridade da empresa em se focar no cliente. :HH

AUTOR: **PETE BLACKSHAW**

EDITORA: **BANTAM BOOKS**

ASSUNTO: **ADMINISTRAÇÃO**

PREÇO: **R\$ 71,34**

PÁGINAS: **208**

(SOMENTE EM INGLÊS)

