

Promoções crescem no Facebook e Orkut

Paulo Macedo

Redes sociais que estreitam relacionamento e que também ajudam a disseminar conteúdos mercadológicos de marcas, produtos e serviços, o Orkut e o Facebook estão em alta nas ações de marketing promocional dos segmentos imobiliário, serviços financeiros, comunicação, energia, agropecuário, automotivo, tecnologia e varejo.

Quem atesta é a "1ª Pesquisa sobre uso e aplicação de redes sociais e tecnologias envolvidas" realizada pela youDb, integrante do grupo Fábrica, e a Núcleo de Transferência de Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro com metodologia de análise de resultados da Phillips ROI.

O estudo revela que 49% das 67 empresas de grande porte entrevistadas utilizam essas ferramentas para divulgar lançamentos de produtos e outras iniciativas de marketing. Porém, 89% dos ouvidos pela youDb/UFRJ garantem que pretendem incluir essas ferramentas nos seus planos de comunicação com o mercado. A pesquisa também anotou que 74% pretendem utilizar esses canais em menos de um ano e 26% a partir de um ano, mas 96% estão interessadas em ter maior conhecimento das aplicações nas redes sociais.

O trabalho foi dividido em três grupos, o primeiro e principal, o de redes sociais, Text Mining (sistema que permite manipulação de textos e notícias não estruturadas na internet) e Web Mining (técnica de recuperação e extração automática de informações relevantes de documentos e serviços ligados à rede mundial de computadores).

No caso do Text Mining, 47% conhecem os serviços, mas 57% nunca tiveram exposição. Por outro lado, o Web Mining é conhecido por 52% e 27% já fizeram uso da tecnologia, mas 87% acreditam que é um instrumento que pode monitorar conteúdos relacionados à concorrência, análise de navegação dos clientes para identificar seus perfis de consumo e também compreender suas necessidades e insatisfações.

"Decidimos realizar essa pesquisa para entender como as empresas estão enxergando o papel das redes sociais no contexto do negócio", explicou Leonardo Barci, presidente da youDb. "Acreditamos que a integração entre as tecnologias seja um caminho para melhorar a comunicação entre empresas e clientes", acrescentou Alexandre Evsukoff, professor do NTT/UFRJ.

Propmark, São Paulo, 28 set. 2009, p. 8.