

Redes sociais vão exigir sinergia entre TI e marketing, mostra Gartner

Consultoria projeta que cerca de 80% das organizações investirão em aplicativos de colaboração para melhorar o relacionamento com o cliente final, o que vai exigir a integração entre tecnologia e as áreas ligadas a produtos e relacionamento com clientes.

Em 2010, cerca de 80% das organizações investirão em aplicativos de colaboração para melhorar o relacionamento com o cliente final, em vez de apostar nas ferramentas de Web 2.0 como artifícios para melhorar os fluxos internos de comunicação. Segundo vice-presidente do Gartner, Ed Thompson, esse cenário demanda uma integração total entre as áreas de TI e marketing, principalmente.

Isso porque, de acordo com estudo da consultoria Gartner, uma 'seleção natural' entre as redes sociais tornará mais certo o contato das companhias com seu público e consolidará as iniciativas voltadas à gestão do relacionamento com o cliente (CRM) como ferramentas de marketing.

Para Thompson, em vez de direcionarem recursos a ações de relacionamentos em diversos sites, as empresas deverão focar em iniciativas que tragam resultados mais objetivos e atinjam um determinado público-alvo.

Ainda de acordo com o relatório divulgado pelo Gartner, 90% das companhias de todo o mundo manterão estáveis os orçamentos do departamento de marketing, independentemente da recuperação econômica, como uma tentativa de controlar mais as despesas da área e exigir melhores taxas de retorno sob o investimento (ROI). Isso exigirá que esse departamento aprenda a usar melhor a tecnologia para gerar resultados efetivos.

E, mesmo com a manutenção dos budgets, o Gartner prevê uma economia média de 10% a 20% nos recursos das áreas de comunicação e marketing justamente pelo controle de orçamento e integração com a TI para as iniciativas online de divulgação e de relacionamento com os clientes.

Fonte: CIO. Disponível em: <www.cio.com.br>. Acesso em: 26 fev. 2010.