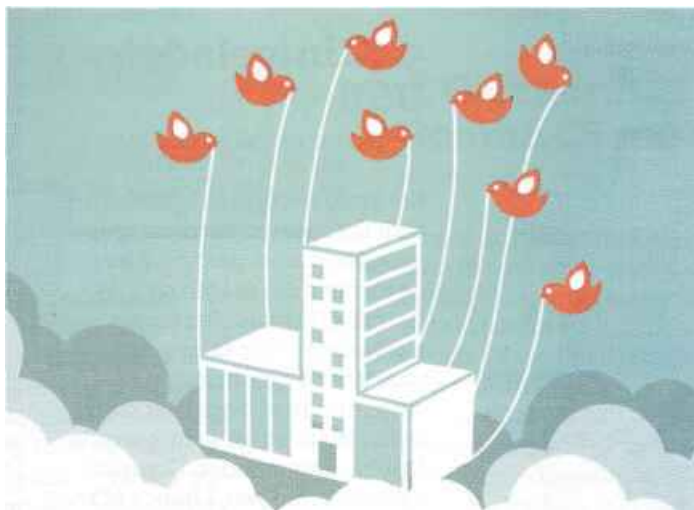




## COMUNICAÇÃO VIRTUAL

# Como voar no Twitter

A SUA EMPRESA PODE TIRAR PROVEITO DA REDE SOCIAL DO PÁSSARO AZUL  
— TUDO EM 140 CARACTERES POR MENSAGEM



**E**m apenas quatro anos de existência, a rede social Twitter teve sua história marcada pelo crescimento vertiginoso de seus usuários. Segundo a empresa de pesquisa eMarketer, 2009 terminou com 18 milhões de usuários ativos somente nos Estados Unidos, e a previsão é de 26 milhões até o fim de 2010. O Brasil é o segundo país com o maior número de participantes na rede social (8%) e o terceiro com maior número de *tweets* (as mensagens de até 140 caracteres) enviados, segundo o instituto Sysomos, que analisou 13 milhões de usuários ativos do Twitter entre 16 de outubro e 16 de dezembro de 2009.

Uma ferramenta de alcance tão amplo como essa deve ser sempre levada em consideração para conquistar e manter clientes. Engana-se, porém, quem acha que ela funciona para qualquer negócio. Abaixo, algumas dicas para saber se

você precisa mesmo do pássaro azul e como usá-lo de forma produtiva.



### PARA DEFINIR O SEU PERFIL

**1. Se o público que você quer atingir não utilizar o Twitter ou a internet corriqueiramente, vai ser difícil suas ações terem algum efeito.** "O empreendedor precisa se perguntar se as pessoas que utilizam os serviços dele vão aderir a essa estratégia", afirma Tiago Fachini, gerente de mídias sociais da agência A2C. "Nem toda empresa precisa entrar no Twitter."

**2. Se a resposta for positiva, defina como se comportar e como deseja ser visto pelos seguidores do seu perfil empresarial, além, claro, do que você quer alcançar com ele.** "O Twitter funciona para construir a identidade digital do negócio", diz Diogo Cardoso, coordenador

de planejamento em mídias sociais da Agência Idéia S/A.

**3. Definida a imagem** da empresa, entenda que os resultados podem demorar a aparecer. Será preciso ter pessoas dedicadas a cuidar da conta na rede social. "Iniciativas no Twitter muitas vezes acabam se tornando bolhas. Os empreendedores fazem poucas atualizações e, no final, abandonam o perfil", diz Fachini.



### PEQUENO MANUAL DE ETIQUETA

**1. Depois de abrir sua conta,** não se empolgue e saia adicionando pessoas aleatoriamente. "Procure se relacionar com quem você já fez contato ou com pessoas que tenham alguma relação com o universo de sua empresa", afirma Cardoso. E vá devagar, para não parecer que seu perfil é algum tipo de *spammer*.

**2. Não deixe de lado** o uso do bom português, só porque as mensagens são curtas. As reduções — como "vc" ou "pq" — são até válida mas assassinar a ortografia, não. "Você deve evitar que sua empresa se torne moda n; rede pelos motivos errados", diz Cardoso.

**3. Faça uma pesquisa** sobre como vai aiaorar suas atualizações e em que espaço de tempo. Se há muito conteúdo para passar, programe suas publicações com intervalos para não sobrecarregar seus seguidores — que podem ficar aborrecidos e desistir de seguir seu perfil. E sempre envie mensagens com informações relevantes.

**4. Por último, não deixe de** interagir com seus seguidores,

usando a ferramenta para agradecer ou tirar dúvidas. "A humanização da ferramenta é muito importante. As pessoas perdem o interesse se a atualização é meramente mecânica", afirma Cardoso.



### O QUE É POSSÍVEL FAZER

**1. O pássaro azul** pode ser um eficiente — e barato — canal de comunicação. Uma das ações mais utilizadas atualmente é fazer promoções por meio de *retweets*: seguidores só participam se reproduzirem no seu perfil uma determinada mensagem. Aloja

virtual de camisetas Camiseteria, por exemplo, prometeu distribuir os novos Apple iPads como prêmio entre os que seguem o seu perfil. As chances de o concorrente ganhar aumentam se ele *retuitar* o concurso. "Divulgue a promoção entre os seus seguidores no Twitter. Se um deles for o sortudo que ganhar o Apple iPad, você ainda terá outra chance de ganhar como sendo seguidor do seu seguidor!", anuncia. Estratégias como essa ajudam a propagar a marca entre pessoas que não conhecem ou não seguem a conta.

**2. Divulgar novos produtos e serviços** também é uma

ação comum. Mas colocar apenas o nome, uma breve descrição e um link pode parecer oportunista para os seguidores. "Dê dicas de utilização, de manutenção ou assuntos que se relacionem ao que você está divulgando", afirma Fachini.

**3. Para aumentar a participação** de quem acompanha seu perfil, faça enquetes e pesquisas rápidas de opinião. Ofereça para seguidores influentes a chance de testar algum produto ou serviço novo, para que depois divulguem entre amigos o que acharam. E não deixe de integrar a conta no Twitter à sua página na internet.

# Anúncio