

Internet muda relação com o consumidor

Redes sociais permitem comunicação mais direta de empresas com seus clientes

Carolina Pereira

cpereira@brasileconomico.com.br

Para Jeffrey Sharlach, o mundo está passando por um grande processo de transformação da forma como as empresas se comunicam com seus consumidores. O professor de gerenciamento da comunicação acredita que as redes sociais têm papel

fundamental nesse processo.

Quais os fatores mais importantes na adaptação das empresas ao novo comportamento do consumidor na internet?

Agora as empresas podem se comunicar mais diretamente com seus públicos. É importante saber monitorar as redes sociais para identificar os formadores de opinião. Essas pessoas costumavam ser apenas os jornalistas. Hoje isso mudou, e as empresas devem estar atentas.

Divulgação



“Nos EUA já há um projeto de lei para garantir que tudo na página de usuários de redes seja privativo”

E daqui para a frente, qual deverá ser a principal mudança?

Há cinco anos, todo mundo só falava em Second Life. Agora, o foco está no Twitter. Não é possível prever qual será a próxima febre da internet, mas as ferramentas para influenciar opiniões e comportamentos vão continuar a mudar. Além disso, nos EUA já há um projeto de lei para garantir que tudo nas páginas dos usuários seja privativo. Hoje, o usuário tem que solicitar essa privacidade, quando

deveria ser o contrário. Para as empresas, o que muda com o aumento da necessidade de privacidade é que elas têm que dar aos usuários a oportunidade de não participar. Além disso, o fato de as empresas poderem não ter mais acesso aos dados dos usuários, que é como essas redes ganham dinheiro, relacionando assuntos com determinadas informações dos perfis, pode fazer com que as redes comecem a cobrar do usuário pelo serviço no futuro. ■