

Facebook ainda pode render muito

Natan Sztamfater

A maior rede social do mundo acompanha tendências, se antecipa a tendências. E está, literalmente, em nossas mãos. O Facebook ainda pode lhe render muito dinheiro! As páginas de notícias dos principais jornais do mundo estampam diariamente as boas novas do Facebook. Ele está na moda e não deve sair tão cedo, bem como o e-commerce, que além de continuar na moda já faz parte das grandes corporações. Em 2011 teremos a grande mistura do comércio eletrônico com as redes sociais, resultando na tão falada experiência de comprar em grupo, ou Social Commerce.

O comércio eletrônico soma milhões de consumidores, milhões de vendas. O Facebook soma milhões de usuários e milhões de recursos de interatividade. Nada melhor que... a integração desses dois milionários ao passo que mais uma vez, surpreende. O conceito de e-commerce social ainda é embrionário no Brasil. Mas ao passo que novos conceitos avançam, a velocidade da aplicação dos mesmos também é igualmente proporcional às novidades. O Facebook anunciou recentemente o "sonho de consumo" dos varejistas e usuários virtuais: uma ferramenta específica para e-commerce. Imagine a sua loja virtual dentro do Facebook. Sim, já é realidade. Imagine o seu seguidor poder comprar on-line dentro da rede social. Sim, também já é possível. Agora, imagine o seu e-consumidor criando uma página virtual da sua loja? Acredito que esta será a evolução da estratégia de vendas "porta a porta", tão utilizadas por empresas como Avon e Natura. Mas agora aliada ao Facebook. A Internet, aliada a tecnologia, vem ganhando recursos, sem sombra de dúvidas, infindáveis, onde o céu é o limite. Mas as lojas virtuais, principalmente as de pequeno e médio porte ainda não se deram conta disso. A base principal dos temas discutidos no Shop.Org, maior evento de comércio eletrônico que ocorreu em Las Vegas, foi, nada mais, nada menos que... redes sociais, grandes responsáveis pela reinvenção da forma de vender. E, nessa carona, é preciso aproveitar o potencial de nosso país. O brasileiro é o maior usuário do mundo de redes sociais. É uma das nações que mais passa o tempo usando a Internet e se não nos dermos conta disso, estamos fadados ao fracasso.

Integrar uma loja virtual ao Facebook é o grande e primeiro passo que deve ser dado e, claro, com ferramentas e profissionais preparados para fazer dela o grande alvo de suas vendas. Essa nova e genial ideia dos donos da era das redes sociais permite uma infinidade de coisas, sendo a mais importante a capacidade de viralização quase que automática da sua marca. A loja on-line na rede social permite alta interação dos usuários, permite a integração das ferramentas fantásticas e valiosas do Facebook com todo o processo de compra.

Se o fato de podermos integrar o Facebook na loja virtual já é um grande passo, a facilidade de colocar a loja virtual dentro da rede social é um valiosíssimo salto.

Acredito que, muito além disso, caminhamos para algo antes inimaginável. A plataforma disponível no Facebook para uma loja virtual pode dar muito mais asas do que sonha a nossa vã filosofia. Sim, quem sabe em breve teremos usuários que poderão criar uma loja on-line com produtos de suas lojas preferidas, tornando o "boca a boca" digital cada vez mais poderoso e até uma fonte de renda extra para os formadores de opinião de cada marca. Se divulgar o serviço de uma boa loja já era prazeroso, imagine agora se você ganhasse para fazer isso?

Chegamos a um novo caminho no mercado brasileiro. O consumidor dita as regras por conta da variedade de oferta, ainda maior que a demanda. Amadores e profissionais pegam carona em prol de um mesmo objetivo: ganhar dinheiro. Os profissionais antecipam e aplicam tendências. Na era das redes sociais, não há espaço para o amadorismo. Quem define se algo é bom ou ruim, excelente ou péssimo é o consumidor, ops!, o e-consumidor. Ele fala mal ou bem da sua marca, ele pode vender ou... não. Tudo depende do processo plantativo de quem priorizou cuidar de um bom produto e serviço no ambiente digital. Estamos com a faca e o queijo na mão. Chegou a hora de automatizar o marketing "boca a boca". As ferramentas já existem. Vamos crescer com quem prolifera a nossa comunicação, com quem tem o poder de expandir o nosso alcance. As lojas virtuais brasileiras têm alcance nacional quando falamos em

vendas on-line. As redes sociais têm alcance mundial, mas, acima de tudo, elas falam com quem quer realmente ouvi-las. Em 2011, temos um longo e cuidadoso caminho a percorrer, sem dúvida. Até 2014, há grandes chances de que cada brasileiro possa ter sua loja virtual na Internet.

Fonte: DCI, São Paulo, 13 maio. 2011, São Paulo, p. C8.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais