

Especialistas dão dicas para ser expert em redes sociais

Rafael Ferrer

Segundo eles, atuar na gestão de perfis corporativos requer qualificação profissional a fim de explorar ao máximo o potencial desses serviços



Profissional de mídias sociais lida com milhares de seguidores, promove produtos e conteúdos na web

Atuar na gestão de perfis corporativos em redes sociais requer qualificação profissional a fim de explorar ao máximo o potencial desses serviços e entender seus modelos de negócios. A conclusão é de especialistas ouvidos pela INFO.

O profissional de mídias sociais lida com milhares de seguidores, promove produtos e conteúdos na web, e, ao mesmo tempo, é cobrado pelo aumento da visibilidade de uma marca. Apesar da importância, há corporações que ainda contratam pessoas sem as habilidades necessárias para o cargo.

“O uso das redes sociais para um usuário comum pode até parecer simples, mas atuar com as mídias sociais em um ambiente corporativo exige competências específicas, conhecimento multidisciplinar e planejamento estratégico”, afirma a professora Diólia de Carvalho Graziano, coordenadora do curso de pós-graduação em gestão da comunicação em mídias digitais do Centro Universitário Senac.

O uso das redes sociais pelas empresas é crescente. Além disso, um relatório da consultoria especializada em análise de mercado digital IDC mostra que, em 2012, as corporações querem manter uma forte presença virtual nas mídias sociais com o objetivo de reter clientes, reduzir os custos e evitar problemas gerados com a criação de um site tradicional.

A analista de mídias Verônica Silva, gestora de uma página comercial no Facebook há nove meses, afirma a própria internet pode ser uma fonte de informações preciosa para os profissionais da área.

Verônica era responsável pelo atendimento telefônico em uma agência antes de iniciar a carreira em mídias sociais. Ela comenta que aprendeu as técnicas de relacionamento com o cliente por meio de pesquisas na internet, tutoriais e dicas repassadas por outras pessoas experientes.

"O remanejamento de cargo ocorreu por acaso. Eu não me adaptei às atividades do telemarketing e pedi demissão ao meu chefe. Na mesma época, a empresa abriu uma oportunidade para atualizar a página do Facebook da agência e eu aceitei a proposta. Tive interesse pela vaga por ser um novo desafio e que poderia gerar grandes experiências positivas", diz Verônica.

De acordo com a professora Diólia, os interessados em trabalhar na área de mídias sociais precisam estudar o comportamento do consumidor digital e do comércio eletrônico. "A pessoa será uma identificadora de tendências e responsável pela estratégia empresarial na internet", comenta.

A acadêmica comenta que os tutoriais no YouTube podem ajudar as pessoas autodidatas, mas que este conteúdo não substitui um curso profissionalizante. "Somente um treinamento com enfoque em mídias sociais mostrará a importância de estudar um conjunto de disciplinas. Além disso, este colaborador estará apto a gerenciar uma equipe que faz o atendimento pelas redes sociais", comenta.

Roberto Cassano, diretor de Planejamento e Estratégia da agência Frog, reconhece que é necessário qualificar os profissionais que atuam com gestão de redes sociais para engajar ainda mais os seguidores. "Este tipo de comunicação demanda pessoas altamente disciplinadas e qualificadas. A figura genérica neste cargo não é suficiente", comenta.

Sobre a rotatividade entre os profissionais neste ramo, o diretor diz que é necessário elaborar um guia de conduta para que todos os colaboradores sigam o mesmo padrão.

"Esta documentação mostrará como deverá ser a voz da marca nas redes sociais, que não deve ser baseada apenas bom senso, mas em pesquisas e estudos. Qualquer decisão errada pode causar grande prejuízo à marca na web e acarretar na demissão do gestor de redes sociais", diz.

Fonte: Exame.com [Portal]. Disponível em:

<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/especialistas-dao-dicas-para-ser-expert-em-redes-sociais?page=2&slug_name=especialistas-dao-dicas-para-ser-expert-em-redes-sociais>. Acesso em: 18 jun. 2012.