Rede Social Corporativa: sua empresa ainda vai ter uma
Luiz Alberto Ferla

O Brasil é o quinto país mais conectado à Internet no mundo, ficando atrás apenas de Japão, Índia, Estados Unidos e China. Isso representa cerca de 80 milhões de brasileiros conectados à rede, segundo pesquisas da IBOPE Nielsen Online. O número é bem significativo e mostra o quanto o uso da Internet vem crescendo e fazendo parte do cotidiano dos brasileiros.

Acessar a Internet diariamente, seja em casa ou no trabalho, já é uma atividade tão rotineira quanto beber café. Com a chegada das redes sociais, houve um boom no número de usuários conectados, são mais de 46,3 milhões de brasileiros, de diferentes idades e condições sociais, ativos nas redes sociais. Essas mídias ultrapassaram os limites da vida privada e os profissionais são 2.0 antes, durante e depois do expediente. E tornou-se impossível evitar a utilização das redes públicas nas empresas, porque o que era apenas uma atividade de lazer transformou-se em ferramenta de trabalho.

Com a popularização dos dispositivos móveis, a utilização das redes públicas nas empresas é realidade, e a grande questão para os gestores é descobrir como extrair informações relevantes de seus colaboradores por meio da utilização das mídias e comunidades sociais. Não estou falando aqui em monitorar o que eles escrevem no Twitter ou Facebook, mas sim chancelar um canal corporativo de discussão, ou seja, uma rede social corporativa, onde todos possam discutir sobre assuntos profissionais.

Quando bem utilizado e analisado, o conteúdo produzido por essas redes internas pode resultar em novos modelos de gestão ou, no mínimo, retenção do capital intelectual das empresas. É importante salientar que os ativos de conhecimento são cada vez mais valorizados como vantagem competitiva dentro dos negócios. É por esse motivo que as mais modernas empresas e instituições do mundo já criaram suas próprias redes.

A Rede Social Corporativa, uma plataforma online que reúne profissionais em torno de um interesse comum, é a solução. Com ela, amplia-se a comunicação interna das empresas e cria-se um ambiente em que o colaborador pode compartilhar seu conhecimento e ampliar o relacionamento com os colegas de trabalho, clientes e parceiros, oferecendo os mesmos recursos de uma rede social comum, como o Facebook e o Twitter: perfil, grupos, feed de notícias em formato timeline (linha do tempo), chat, grupos temáticos, páginas, opções para curtir e compartilhar conteúdo, entre outros, é fácil criar um ambiente de colaboração e de gestão do conhecimento.

São muitos os benefícios de uma Rede Social Corporativa: ela reúne os talentos da empresa e os coloca em constante troca de conhecimento, possibilita a interação entre colaboradores, clientes e fornecedores de diferentes áreas de atuação, incentiva o capital intelectual, favorece a troca de informações com mais rapidez, entre tantos outros. E o que é muito importante: de fácil desenvolvimento, pode ser customizada conforme as necessidades de cada empresa.

A necessidade de colaboração, juntamente com a possibilidade de integração entre empresa e cliente, transformam as redes sociais corporativas em grandes aliadas das empresas que querem largar na frente com algo inovador e diferenciado.

Fonte: Imasters. [Portal]. Disponível em: <http://imasters.com.br/artigo/25255/tendencias/rede-social-corporativa-sua-empresa-ainda-vai-ter-uma>. Acesso em: 10 ago. 2012.