Novos voos para o Facebook Brasil

Companhia prepara para expansão em 2014 e busca talentos nacionais

Por RAISSA COPPOLA rcoppola@grupomm.com.br

ARTHUR NOBRE

Hohagen: poder da plataforma para gerar negócios

Dois anos e oito meses depois de abrir um escritório no Brasil e com um contingente de 76 milhões de usuários no País, o Facebook está pronto para dar o segundo passo. A empresa de Mark Zuckerberg anunciou que concentrará seus esforços em três pilares no próximo ano: aumento de cases de sucesso com marcas, estratégias para segunda tela e captação de talentos para o crescimento da companhia.

De acordo com Alexandre Hohagen, vice-presidente do Facebook para a América Latina, o sucesso do Brasil alavancou a operação regional, que conta, ao todo, com 250 milhões de usuários. "Mostramos o poder da plataforma para gerar negócios", avalia. O executivo cita a Tecnisa, que recentemente arrecadou R$ 20 milhões em vendas usando a plataforma como palco de uma ação. "No ano que vem, queremos contar várias histórias como esta", completa.

A companhia também quer mostrar seu potencial entre as pequenas e médias empresas, público estratégico para o Facebook. "As PMEs são muito importantes para nossa operação. Não é à toa que elas representam 25% do PIB", reflete Leonardo Tristão, diretor-geral da rede no Brasil. A equipe atuará como uma consultoria para os empresários, visando melhorias no uso da plataforma.

Outra aposta do site está na segunda tela. "Mais de 44 milhões de usuários acessam a rede por dispositivos móveis enquanto assistem à TV. Os eventos esportivos que virão oferecem oportunidades incríveis nesse sentido", explica Tristão. Nesta semana, nos Estados Unidos, o Facebook lançou uma ferramenta para grupos de mídia, que identifica quais assuntos estão bombando na rede. Uma espécie de Trending Topics, que dá pistas para os veículos expandirem a interação com o público.

A terceira estratégia é a criação de um programa de recrutamento de profissionais para a operação brasileira. O projeto tem como alvo pessoas que se interessem por empreendedorismo corporativo — característica que, segundo Tristão, é a cara da empresa. O escritório brasileiro, que conta atualmente com 65 profissionais, terá até o final do ano outras 20 posições a serem preenchidas. Novas vagas virão em 2014.

Informações não confirmadas oficialmente pelo Facebook colocam a operação brasileira entre as cinco mais importantes em faturamento para a rede. Com esse bom desempenho, Hohagen passa a se dedicar mais aos outros mercados da América Latina, por meio de escritórios na Argentina, no México e em Miami. "A ideia é levar a experiência do Brasil para outros lugares", explica o executivo. Leonardo Tristão segue atuando no País.

Anúncio

Fonte: Meio & Mensagem, São Paulo, ano 35, n. 1577, p. 39, 16 set. 2013.