

95% dos líderes de TI no Brasil usam as redes sociais para negócios

Renato Galisteu

As redes sociais estão se tornando um espaço de confiança para o processo de compras, pelo menos para os usuários finais. Muitas são as pessoas que levam em consideração tuitos sobre alguma empresa ou produto, ou as recomendações deixadas em ferramentas como Foursquare para saber o que fazer e o que não fazer num estabelecimento. No mundo dos usuários finais, a tomada de decisão soa de forma orgânica.

Para os profissionais de TI, o cenário não era tão positivo, sendo as redes sociais um perímetro de estudo e avaliação do comportamento das pessoas – e, embora heavy users, não havia embasamento para a tomar decisões na hora de fazer a compra. Porém, LinkedIn, Forrester e a Research Now foram atrás destes profissionais para entender como eles utilizam esses ambientes sociais e como este elemento pode influenciar o processo de compras.

A pesquisa mostra que a relevância das redes sociais como uma ferramenta poderosa para influenciar os profissionais de TI está cada vez mais madura. “De fato, 85% usaram pelo menos uma rede social para fins comerciais”, ressalta Michael Weir, líder da área de desenvolvimento de tecnologias de indústria do LinkedIn. “O que é surpreendente é que 73% se envolveram com um fornecedor de TI em uma rede social – ressaltando o valor do canal para esses fabricantes. Ainda mais revelador é o fato de que a mídia social é agora uma fonte crítica de influência em todo o processo de tomada de decisão, e não apenas durante a fase inicial de pesquisa.”

Embora o foco maior da pesquisa estivesse nos Estados Unidos, o estudo rodou outros países. Índia e Brasil são destaques quanto ao uso das redes sociais. Na verdade, 100% dos tomadores de decisões dos departamentos de TI da Índia e 98% no Brasil visitam pelo menos uma rede social mensalmente, valores bem acima da média global, que é de 89%. Ambos países também contam com posição de relevância quando se trata de usar as redes sociais com propósito de negócios (92% e 95% respectivamente). Veja abaixo:

	GLOBAL AVG.	UK	FRANCE	GERMANY	INDIA	NORTH AMERICA	BRAZIL	AUS
Visit at least one social network monthly	89%	90%	86%	77%	100%	88%	98%	87%
Visit at least one social network for business	84%	81%	83%	75%	92%	85%	95%	78%

Mais alguns destaques:

- 1.73% dos decisores de TI se envolveram com um fornecedor em uma rede social
- 2.3 de 5 dizem que a mídia social influencia suas decisões de compra
- 3.58% tomam essas decisões de compra porque eles confiam em seus pares em mídias sociais

Abaixo infográfico que aponta os números na América do Norte:



IT Purchasing Goes Social

Today's IT decision makers depend on social networks to inform every step of the purchase journey.

NORTH AMERICA

IT decision makers (ITDMs) are very active on social, especially for business



73%

have engaged with a vendor on social networks



Social influences the entire purchase process



3 OUT OF 5

ITDMs state that social networks influenced their decisions

In each of the 5 phases of decision making, social influences nearly half of all ITDMs involved in that phase



Awareness

Scope

Plan

Select

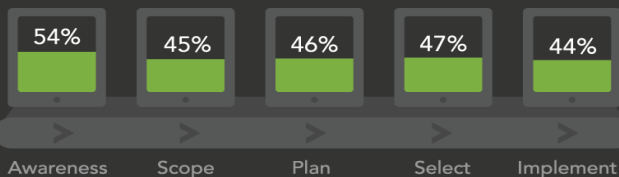
Implement

Social influences the entire purchase process

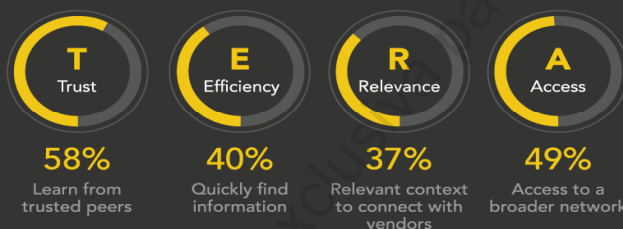


ITDMs state that social networks influenced their decisions

In each of the 5 phases of decision making, social influences nearly half of all ITDMs involved in that phase



Top reasons decision makers turn to social networks for business



Marketers must deliver relevant content across the entire process

Top content wanted at each stage of the purchase process



For more insights and tips, download the full report at lnkd.in/ITsocial



LinkedIn commissioned Forrester Consulting and Research Now to conduct two separate surveys of 400 IT decision makers across a diverse range of industries in North America

* LinkedIn/Research Now survey, August 2012

Unless otherwise indicated, all data is from a commissioned study conducted by Forrester Consulting on behalf of LinkedIn, Q3 2012

Fonte: Information Week. [Portal]. Disponível em: <<http://informationweek.itweb.com.br/blogs/95-dos-lideres-de-ti-no-brasil-usam-as-redes-sociais-para-negocios/>>. Acesso em: 1 out. 2013.