Sua presença digital é relevante?

Por Marcio Duarte

Atualmente, percebemos que as empresas buscam, como meta, estar nas redes sociais. Porém, o quão relevante para os negócios é essa presença digital?

Hoje, a grande maioria dos profissionais de comunicação e design oferecem serviços de gestão e/ou gerenciamento de redes sociais para seus clientes. Até aí, se for informado ao senhor cliente que ele estará sendo curado em imagens digitais, sem problema, mas o que muito provavelmente é oferecido, e não realizado, é uma estratégia digital.

Vejo empresas que se denominam «agências digitais» oferecerem materiais gráficos como suporte para suas campanhas, ou agências tradicionais fazendo posts para as redes sociais, simplesmente para manter a conta do cliente integral na casa. Talvez, a grande pergunta seja: «Qual a real necessidade disso?»

As empresas investem para que possam ter retorno. E retorno financeiro, se temos que ser explícitos. O fato de estar, diariamente, nas redes sociais não significa que estou vendendo diariamente. Ao contrário, muitas vezes a preocupação de colocar tudo nas linhas do tempo digital, torna essa tarefa fundamental (vender) secundária, pois preciso estar online. Pergunto: quantas vendas sua empresa fez, vindas do universo digital, por conta das redes sociais?[1]

Claro que existem empresas foçadas nesse segmento é realmente produzem campanhas fantásticas e tornam a presença digital de seus clientes rentável, mas a grande maioria só está preocupada em aparecer para os amigos, não para seus clientes.

Construir um roteiro de publicações para sua rede favorita não significa que seu público está lá e nem que isso lhe trará retorno. As vendas de muitas empresas mais acontecem no ambiente virtual, ou seja, precisamos dos clientes dentro das lojas, nas salas de espera dos consultórios, nos mercados. E, a menos que se tome um direcionamento para iniciar a geração de renda digital, atendendo e vendendo de forma virtual, vamos sempre precisar mais que simples «likes» na imagem do meu produto. Para isso, «planejar é preciso!» (Adoro essa frase)

Estamos em um momento de transição econômico e agir como nas décadas passadas, onde o digital era visto como algo distante e até mesmo incerto, já não pode ser a tocada das empresas. Estar conectado com seu consumidor é relevante, mas também precisa ser lucrativo. Por diversas vezes vejo clientes e amigos reclamando que as investidas no digital só geram dor de cabeça! E questionando, percebo que é por falta de planejamento das ações. Criar para o ambiente online é tão ou mais complexo que para o offline, visto a

quantidade de variáveis que devem ser pensadas.

Para isso, deixo essa breve reflexão, com a qual espero criar um ponto de interrogação coletivo: Será mesmo que o digital reverte em lucratividade para que está investindo? Uma questão direcionada para as empresas que investem e, também,

às produtoras de conteúdo (agências, assessorias, consultores) para essas empresas.[2]

Publicado em 19/02/2018

---

1. Temos que levar em conta o objetivo que as empresas têm ao entrarem nas redes sociais.
2. Vale lembrar que são reflexões preliminares, quase divagações, sobre o ambiente virtual das pequenas empresas.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/pt/artigos/sua-presenca-digital-e-relevante