

# Seis lições sobre mídias sociais

Muitas companhias brasileiras já aderiram e colhem bons frutos com o uso correto das mídias sociais. Os resultados mais óbvios são o aumento da visibilidade da sua marca e o relacionamento mais próximo com os consumidores. Conheça exemplos, dados e estatísticas sobre casos que deram certo:

3

## Oportunidade aos pequenos

**Elaine Crochê** — as aulas de crochê dessa empreendedora somam 23 milhões de visualizações no **YoutTube**. Ao promover seu trabalho e faturar com a venda de DVDs, ela mostra que mesmo os pequenos negócios podem lucrar com as mídias sociais.

1

## Ofereça algo em troca

**Boticário** — presente em diversas redes sociais, a empresa desenvolve estratégias específicas para cada canal. Para divulgar uma nova linha de perfumes e maquiagens, a Secura escolheu o **Formspring.me** para que as mulheres tirassem dúvidas sobre os produtos.



## O cliente é rei

**Camiseteria** — qualquer um pode criar uma estampa de camiseta e enviar para o site da empresa. Um concurso permanente escolhe as melhores. Como são os próprios clientes que decidem, poucas são as peças não vendidas.

2

4

## Ofertas especiais

**Saraiva** — a livraria usa o **Twitter** para divulgar produtos e promoções, além de fazer sorteios. No site, uma parte chamada Saraiva Conteúdo expande as opções dos consumidores com vídeos e matérias sobre cultura.

5

## Valorize sua marca

**Skol** — a cerveja investe forte nas redes sociais. Em janeiro, por exemplo, fez uma promoção no **Orkut** para dar fantasias de Homem-Lata no Carnaval — uma brincadeira que combina com o espírito jovem e brincalhão da marca.



## Quem aderiu?

**Mundo**  
+ de 800 milhões de pessoas usam redes sociais

79 das 100 maiores empresas do mundo estão nas redes sociais

65 estão no **Twitter**

54 no **Facebook**

50 no **YoutTube**

33 têm blog

Fontes: Burson-Marsteller e Flowtown, a partir de dados da Fortune



**Brasil**  
+ de 30 milhões de pessoas usam redes sociais

17% das empresas paulistas usam as redes sociais

51% monitoram o que é dito sobre sua marca na web

Fonte: Associação Comercial de São Paulo

6

## Ouçá o consumidor

**Starbucks** — a rede de cafés criou uma comunidade no **Facebook** para que o público fizesse sugestões e discutisse abertamente o que achava dos produtos e serviços. A partir disso, promoveu mudanças e melhorias.