

# Monitoramento e Pesquisa Online

## Mídias Sociais e Blogosfera

Vila Digital – 1/7/2010  
[www.viladigital.com.br](http://www.viladigital.com.br)

"inteligência digital, eficiência em comunicação"

Alinhando as estratégias de marketing e comunicação à percepção do consumidor nos diversos canais da Internet.

## Modelos de Atendimento

1

Modelo determinístico:  
A estrutura de atendimento cresce ou encolhe conforme o volume de ocorrências / reclamações.

2

Modelo evolutivo:  
Os processos e a estrutura de atendimento são melhorados para prover atendimento personalizado e individualizado

Hoje, não é exagero afirmar que as pessoas já nascem conectadas. E a Internet provê recursos de comunicação que tornam muito simples buscar informações sobre produtos e serviços nas redes sociais, e também relatar experiências e publicar reclamações.

Toda essa interação e liberdade de expressão, toda essa disponibilidade de recursos de publicação, repercutem diretamente na reputação das empresas.

O que vemos, todavia, são centrais de atendimento ao consumidor reativas e que muitas vezes encobrem o problema de atendimento, ao invés de resolvê-lo conforme as expectativas do cliente.

Isso cria as condições para que a reputação da empresa seja afetada na vida real e no ambiente digital – a Internet, muitas vezes de maneira irreversível.

# É preciso repensar e reconstruir rapidamente o modelo de atendimento adotado hoje pelas empresas.



**"As mídias sociais não são, portanto contempladas no planejamento e na gestão das empresas."**

## O modelo atual de SAC é ineficiente.

Os SAC têm sido uma boa alternativa de primeiro emprego para muita gente. Isso porque, para trabalhar em SAC, é requerido um mínimo de formação e pouca ou nenhuma experiência em lidar com o consumidor. Treinamentos são oferecidos in house, e contemplam técnicas de atendimento e de assertividade na conversação. As pessoas aprendem ainda como contornar crises e também discursos de vendas e de retenção.

O problema deste modelo está na eficiência aparente e na total ausência de conhecimentos da Internet e das mídias sociais.

Isso ocorre porque a Internet está fora do planejamento estratégico das empresas. As estratégias de marketing e de comunicação e os processos de atendimento ao

consumidor excluem as mídias sociais, por serem elementos novos e por uma carência de métricas e métodos efetivos de gestão.

As mídias sociais não são, portanto, contempladas no planejamento e na gestão das empresas. Enquanto isso, os consumidores falam livremente na Internet e propagam opiniões positivas e negativas sobre marcas, produtos e serviços.

Ou seja, o SAC, em sua função de conter os problemas e reclamações do consumidor, para evitar a propagação, é impotente diante do grande poder de penetração e de dispersão das mídias sociais - sites de relacionamento, blogs, YouTube.

(continua)



## “Consumidores não aceitam mais as explicações e justificativas do atendimento”

Consumidores não aceitam mais as explicações e justificativas do atendimento, portanto. Vão às mídias sociais e divulgam problemas não resolvidos, influenciando diretamente e de forma livre na reputação das empresas.

Há ainda os sites e portais de reputação, em que marcas, produtos e serviços recebem notas e que servem como canal para divulgação de problemas de atendimento das empresas, pelo próprio consumidor.

A Vila Digital oferece aos SAC e às áreas de atendimento e de qualidade das empresas uma solução, um pacote de serviços que envolve:

- Auditoria da marca na Web
- Planejamento de estratégias de gestão das mídias sociais
- Planejamento de ações de posicionamento
- Planejamento de estratégias de gestão de crises
- Redesenho de processos de negócio para Atendimento 2.0
- Aplicação no negócio do conhecimento criado pelo consumidor

Oferece ainda conhecimento nas melhores tecnologias para a implementação de soluções eficientes de integração de CRM e softwares de atendimento / SAC com métricas e as conversas e

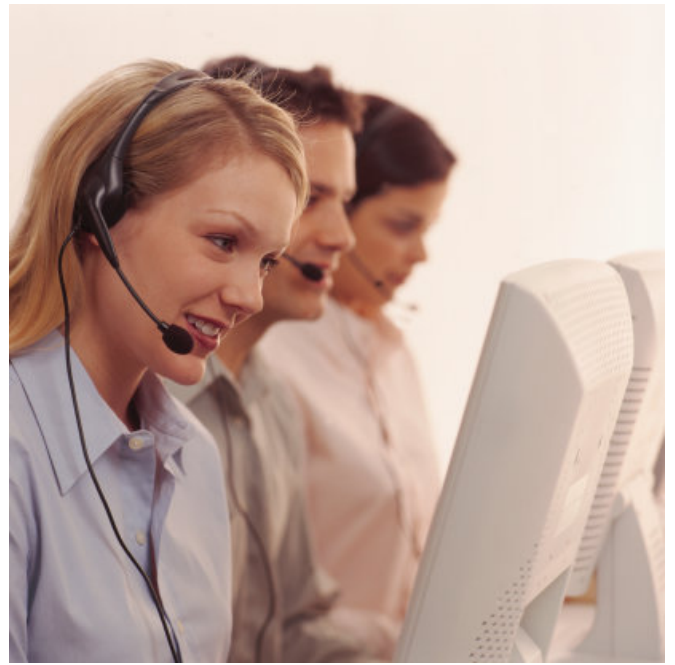
(continua)

sentimentos a respeito das marcas, disseminados nas mídias sociais.

Da integração das mídias sociais com o CRM obtemos o CRM Social, ou a gestão do relacionamento com os clientes / consumidores nas redes sociais.

Da integração com aplicativos de atendimento / SAC, conseguimos informações mais precisas e completas sobre os sentimentos dos consumidores a respeito das marcas, e cenários de gestão mais amplos.

Além de ROI - retorno sobre o investimento - sobre as ações e processos de atendimento, criamos retorno sobre engajamento (ROE), dos consumidores em ações de marketing e comunicação e nas conversas sobre a marca que acontecem no mundo digital - nas mídias sociais.



A **Vila Digital** oferece, há seis anos, soluções digitais para o seu negócio, de planejamento estratégico digital, criação e programação de elementos como sites, portais e campanhas, e de pesquisa e monitoramento de mídias sociais.

Para solicitar avaliação, entre em contato pelo e-mail [atendimento@viladigital.com.br](mailto:atendimento@viladigital.com.br), ou por (11) 3297-8607