



Inteligência Competitiva e a integração com Marketing e Redes Sociais

Daniela Ramos Teixeira

No [artigo anterior*](#), mostramos que a integração da Inteligência Competitiva com a área de Vendas começa a ganhar força quando há uma troca de informações constante, periódica, gerenciada e, se possível mensurada. Usamos um caso real para mostrar como isso pode acontecer no ambiente corporativo.

O presente artigo vai mostrar como a Inteligência Competitiva pode se beneficiar com práticas integradas de Redes Sociais. Para contextualizar o assunto no ambiente corporativo, vamos começar com um panorama geral das Redes Sociais nas ações de marketing.

Redes Sociais nas ações de Marketing

Redes Sociais é sobre como “montar um plano para sua empresa inovar em rede, preencher os elos ausentes entre as comunidades da sua empresa, criar interconexões e interações, facilitar laços interpessoais, sincronizar comportamentos, comunicar informações, interconectar pessoas, influenciar o espectro completo da discussão sobre gestão de conhecimento e gestão da inovação. Resumindo, sua empresa trabalhará em rede, nas redes, sem barreiras.” Gosto muito dessa definição do Gil Giardelli por não colocar as redes sociais apenas no patamar de ferramentas como o LinkedIn, Orkut, Twitter, Facebook, You Tube e por aí vai.

* leia o artigo: [Inteligência Competitiva e a integração com Marketing e Vendas em www.revie.com.br](http://www.revie.com.br), seção Centro de Conhecimento REVIE/ Artigos.



Infelizmente, há empresas que pensam que por marcarem presença no You Tube e Twitter estão desenvolvendo um trabalho de redes sociais. Há questões importantes a serem avaliadas como o monitoramento periódico do que estão falando da sua empresa nessas redes sociais e, antes disso, traçar uma estratégia, ainda que de curto prazo, para a inclusão da sua empresa nas redes sociais. Isso inclui priorizar as redes sociais que serão monitoradas com maior frequência.

Hoje, as redes sociais são tema de destaque na mídia e já existem algumas empresas desenvolvendo um trabalho integrado na inclusão das redes sociais nas suas ações de marketing.

Embora as empresas já estejam cientes da importância da web 2.0 e das redes sociais, os resultados mostram que esses meios ainda são pouco utilizados pelas empresas, ainda há poucas empresas no Brasil alcançando resultados e se beneficiando com ações em conjunto, englobando as redes sociais e marketing.

Em recente pesquisa publicada pela REVIE Inteligência e MBI com 84 (oitenta e quatro) empresas participantes, apenas 12% indicaram utilizar redes sociais abertas nas ações de Marketing e Comunicação com clientes, parceiros, fornecedores ou provedores de serviços.

Os fóruns de discussão estão entre os mais citados para ações de Marketing e Comunicação com clientes, parceiros, fornecedores ou provedores de serviços.

Isso porque é comum termos profissionais das empresas 'infiltrados' em fóruns de discussão. Essa estratégia, se bem conduzida, pode ajudar nas



vendas, na imagem da empresa e na divulgação de lançamentos dos serviços/ produtos.

O You Tube e o Twitter também são poderosos como ferramentas de marketing, mas se a empresa se expor de forma inadequada essas redes sociais podem prejudicar a empresa, em vez de ajudá-las em marketing e vendas.

Inteligência Competitiva e as Redes Sociais

“Um dos grandes desafios das instituições é organizar informações em uma sociedade faminta de sentidos e obesa de informações”.

Embora essa frase do Paulo Nassar não seja específica para uma área, resume exatamente o que temos em Inteligência Competitiva: muita informação desconexa que precisa fazer algum sentido; muita informação que precisa ser transformada em oportunidades, estratégias, planos e ações para as empresas.

Um gerente administrativo me perguntou esse ano quais eram as principais qualidades de um profissional na área de Inteligência Competitiva. Disse sem pensar: ser organizado, ter boa memória e alta capacidade analítica.

A organização evita a perda de tempo na busca da informação. Quantas vezes você já ouviu ou já falou: eu salvei isso em algum lugar. Já a memória é peça chave no cruzamento de dados e informações para análises assertivas.



Para trabalhar com tanta informação e ainda monitorar o mercado e a concorrência nas redes sociais, o profissional de Inteligência Competitiva vai precisar de tudo isso: organização, memória e alta capacidade analítica.

Com a emergência das redes sociais no ambiente corporativo, o profissional de Inteligência Competitiva tem mais uma ferramenta poderosa a seu favor.

Costumo dizer para as empresas que nos procuram: se as ferramentas de redes sociais forem bem utilizadas no ambiente corporativo, vai trazer benefícios não só para a área de Inteligência Competitiva.

Tudo começa com a escolha de uma estratégia, uma forma de trabalho para inclusão das Redes Sociais no trabalho da área de Inteligência Competitiva. Uma das etapas fundamentais é mapear os principais concorrentes e as redes sociais nas quais pertencem ou atuam de forma mais pertinente. Podemos fazer também uma matriz para comparar a relação das redes sociais da empresa com a de seus principais concorrentes.

Como exemplos de ações concretas que temos orientado os nossos clientes: podemos encontrar informações faltantes sobre um concorrente no LinkedIn; podemos encontrar informações sobre o lançamento de um produto rapidamente no Twitter, antes de iniciarmos uma investigação mais apurada da área de Inteligência Competitiva. Ou ainda: podemos visitar o Orkut e checar o que andam falando da gente x dos principais concorrentes.

Para cada uma das ferramentas de redes sociais, há uma aplicabilidade de situação que pode ser utilizada pela área de Inteligência Competitiva. Cabe a nós, profissionais de Inteligência, decifrar qual delas é a mais adequada, para qual situação, uso e periodicidade.



Há um universo imenso de possibilidades para as empresas serem bem sucedidas nas suas ações de Inteligência, Marketing e Vendas. A imersão nas redes sociais é um dos caminhos.

Daniela Ramos Teixeira é diretora da REVIE Inteligência Empresarial, empresa de consultoria e tecnologia em Inteligência Empresarial e Inteligência Competitiva. www.revie.com.br

REVIE Inteligência no Twitter: <http://twitter.com/reviebrasil>

Fonte:

www.revie.com.br

www.metaanalise.com.br