



REDES SOCIAIS UMA VITRINE PARA PEQUENAS EMPRESAS.

| POR IVANA IZABEL VIECELI
EDUARDO ECHEVENGUÁ BARCELLOS

Quando bem utilizadas, as redes sociais se tornam um ativo relevante e aliado de vendas para o pequeno empreendedor.

As redes sociais ganharam a atenção das grandes organizações, isto devido aos resultados obtidos capazes de agregar valor às marcas e produtos. Mas, e quando o assunto são as micro e pequenas empresas, será que estas também estão fazendo bom uso desta ferramenta?

USO DAS REDES SOCIAIS

Os brasileiros são grandes usuários de redes sociais. A pesquisa *Digital in* de 2019 da *We Are Social* demonstrou que o Brasil possui 140 milhões de usuários ativos nestas plataformas, que gastam, em média, três horas e meia todos os dias nas redes sociais. As cinco plataformas mais utilizadas por brasileiros são: Youtube, Facebook, Instagram, Whatsapp e Messenger. Como o próprio nome já diz as redes são sociais, ou seja, um espaço para criar vínculos e conversas entre os usuários.

O comportamento do consumidor e a jornada de compra também estão se modernizando. Nas redes sociais os próprios clientes podem declarar suas críticas ou recomendações sobre uma marca, se tornando assim um fator de influência no processo de compra. Hoje o consumidor não se contenta em absorver apenas a propaganda de um produto, antes de comprá-lo verifica na internet sobre o item que procura.

AS PEQUENAS EMPRESAS NAS REDES SOCIAIS.

Uma pesquisa realizada em junho de 2018 pelo SEBRAE Nacional, aponta que nos últimos três anos ocorreu o crescimento da utilização de redes sociais pelas micro e pequenas empresas. A pesquisa mostra que 72% das pequenas empresas utilizam o Whatsapp para se comunicar com os clientes, e 40% delas possuem perfil no Facebook. Outro dado interessante é que 51% dos entrevistados acreditam que as vendas pela internet têm potencial de expansão nos próximos cinco anos.

As redes sociais estão disponíveis a todos, e são cada vez mais utilizadas como ferramenta de marketing, porém,

muitas pequenas empresas ainda não fazem uso destas, ou utilizam de forma tímida e ineficaz.

Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE RS em 2019, com micro e pequenas empresas da cidade de Portão, buscou compreender como é a inserção das redes sociais fora dos grandes centros. Portão é uma pequena cidade com aproximadamente 40 mil habitantes, localizada na região do Vale do Sinos, Rio Grande do Sul. Ao todo 20 empresários dos setores de comércio e serviço foram entrevistados.



Vale ressaltar que o perfil das empresas participantes são de empresas familiares e com média de 15 anos de existência. Os empresários na maioria estão acima dos 35 anos, e isso pode justificar a baixa adesão ao Instagram, rede social mais recente que o Facebook.

PROFISSIONALIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS PELAS PEQUENAS EMPRESAS

As redes sociais estão em constante mudança, novos recursos são lançados quase que semanalmente e, em uma velocidade menor, novas redes sociais surgem e criam um movimento de migração nos usuários. Isso é o que está ocorrendo agora entre Facebook e Instagram. Podemos observar a migração dos usuários mais jovens para o Instagram, enquanto o Facebook começa a cair em desuso por alguns. Dito isso, as empresas precisam acompanhar este movimento para acompanhar o comportamento do seu público, se atualizando constantemente.

Em 50% das empresas participantes da pesquisa realizada em Portão, o responsável pelas redes sociais é um colaborador sem formação na área, e em 35% o próprio empresário é o responsável. De todas as empresas, apenas cinco utilizam serviços de profissionais da área, como um *freelance* ou agência de marketing. Isso demonstra que as pequenas empresas ainda possuem muito espaço para se profissionalizar e crescer quando o assunto são redes sociais. Os empresários parecem ainda não compreender que estas ferramentas digitais são um novo canal de venda que deve receber atenção, assim como um ponto físico ou o atendimento por telefone.

Sem ter um responsável cuidando do conteúdo *online*, muitas vezes as redes sociais acabam sendo deixadas em segundo plano fazendo com que o trabalho desenvolvido não seja contínuo e assim o retorno das mesmas seja baixo. Com a falta de estratégia e frequência insuficiente de publicações, as empresas acabam por não atingir o seu público, o que acarreta em falta de engajamento e quase nenhuma reversão de venda.

Qual a frequência de publicação das empresas pesquisadas nas redes sociais:



Elaborado pelo autor com base na pesquisa do Sebrae RS.

Tudo isso porém não significa que as redes sociais não funcionam para as pequenas empresas, mas sim que elas precisam ser administradas de forma profissional e com atenção. Os empresários já totalmente ocupados pela sua rotina não conseguem acompanhar tantas atualizações, acabando por não aproveitar todo o potencial destas ferramentas, mais uma vez sacrificando seus resultados.

COMO ESTOU ME APRESENTANDO?

Produtos e preços atrativos são importantes na concretização de um negócio, mas quando o mercado é *online* é preciso mais que isso. O consumidor busca conhecer e confiar em uma marca antes de realizar sua compra. Para isso não basta apenas a demonstração de um produto, todos os atributos e vantagens indiretas em uma compra devem ser evidenciados. Atualmente é muito importante reforçar os valores da empresa, e o propósito da marca, buscando assim criar uma conexão com o consumidor.

As pessoas entram em uma rede social em busca de informação, conhecimento e entretenimento, cabe ao empresário apresentar o seu negócio de

forma clara e atrativa. Por que não aproveitar esse espaço para levar informação ao seu público? Trazer conteúdo relevante com certeza fará com que as pessoas queiram seguir e interagir com a marca, reverberando em novas vendas e clientes.

IMPACTO DA REDE SOCIAL INSTAGRAM EM UMA PEQUENA EMPRESA

Os impactos sobre uma empresa são demonstrados através de uma análise crítica de seus indicadores. Existem diversos tipos de indicadores, os de eficiência, produtividade, lucratividade, competitividade, entre outros. O uso das redes sociais pode ter influência sobre estes, demonstrando o quanto que a empresa alcançou com uma determinada ação.

Em 2019, acompanhamos as redes sociais de uma empresa de pequeno porte sediada na cidade de Portão por seis meses. A empresa trabalha com aluguel de vestidos de moda festa e atende apenas com horário agendado. A empresária optou por contratar um profissional para realizar a gestão do seu perfil no *Instagram*, deixando de ser a responsável por realizar a criação de conteúdo e publicações.

A empreendedora ficou responsável apenas por interagir com os seguidores, responder aos comentários e mensagens *inbox*. Após seis meses, dispendo de apenas R\$100,00 mensais para impulsionamento das publicações, as interações mensais saltaram de 400 pessoas para mais de 1.000 e o contato do público com a empresa via mensagens do aplicativo para agendamento de horário passaram de 12 para 67 contatos mensais, tendo um incremento de 235% no seu faturamento mensal .

Ações realizadas para aprimorar a utilização das redes sociais na empresa acompanhada:

- 1) Análise de público alvo e linguagem utilizada pela empresa.
- 2) Criação de estratégias de marketing.
- 3) Planejamento de conteúdo e aumento de frequência de publicações.
- 4) Atualização dos perfis existentes, buscando facilitar o contato entre cliente e empresa, e clareza nas informações.
- 5) Investimento em fotos profissionais e impulsionamento.
- 6) Utilização de vídeos e valorização das clientes.

COMO APRIMORAR AS REDES SOCIAIS DA SUA PEQUENA EMPRESA.

O pequeno empresário é um otimista por natureza, mas o ano de 2020 está mais uma vez o desafiando a se reinventar. Quando o assunto é rede social é importante se manter atualizado. Se você possui dúvidas quanto a utilização destas ferramentas, o próprio Facebook possui uma página chamada “central de ajuda do Facebook para empresas” com muito conteúdo gratuito para te ajudar.

Caso seu problema seja falta de tempo, o Facebook possui uma ferramenta chamada “Estúdio de Criação” na qual é possível agendar publicações para Facebook e Instagram. Uma boa prática sugerida para otimizar seu tempo é reservar um turno da semana para agendar as publicações dos próximos dez dias, por exemplo.

Outro ponto importante é analisar as informações fornecidas por cada rede, como melhor horário de publicações e dados do

público. Assim você poderá tirar o melhor proveito possível destas plataformas. E, para finalizar, esteja presente! Nunca deixe um seguidor sem respostas. Interagir e criar laços são o ponto chave das redes sociais!

IVANA IZABEL VIECELI > Consultora e pós-graduanda em Gestão Empresarial e Empreendedorismo > ivanavieceli@gmail.com

EDUARDO ECHEVENGUÁ BARCELLOS > Professor do Instituto Federal do Rio Grande do Sul > eduardo.barcellos@feliz.ifrs.edu.br

Para saber mais:

- **Empreendedorismo no Brasil – Relatório executivo 2018.** Pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor em parceria com o SEBRAE. Acesso em: <https://bit.ly/3fNGmn8>
- A ROCKCONTENT trabalha com Inteligência Corporativa e Pesquisas de Mercado, e entre as pesquisas realizadas anualmente está a **Social Media Trends 2019**. Para acessar esta e outras pesquisas: <https://inteligencia.rockcontent.com/category/pesquisas/>
- **Transformação Digital nas MPE 2018.** Pesquisa realizada em todo o Brasil pelo SEBRAE sobre o comportamento das empresas no ambiente digital. Acessar em: <https://datasebrae.com.br/transformacao-digital-das-mpe/>