

## **Social CRM: Mistura explosiva e poderosa**

By Luís Melo

Abril 2012

Há uns meses atrás, sobre o tema do “Social CRM” escrevia num dos meus artigos: “Existem hoje várias comunidades online relacionadas com os mais diversos temas. Seja em fóruns, blogues ou redes sociais, grupos de pessoas discutem um mesmo assunto, Produto ou Serviço”.

Na verdade, nos dias que correm, seja no Twitter, Facebook, Youtube, Blogs ou outros fóruns, as pessoas partilham conteúdos e discutem sobre os Produtos e Serviços que já têm ou que pretendem adquirir. Falam sobre a Marca, o Prestador de Serviço, o Fabricante, etc.

Essas pessoas podem estar a falar de questões relacionadas com o Produto/Serviço que o próprio Fabricante/Prestador de Serviço desconhece. Podem estar a escrever sobre uma funcionalidade que desejam. Ou podem simplesmente estar a ponderar comprar desta ou daquela Marca.

Elas são clientes ou potenciais clientes, pelo que as Empresas deverão estar com atenção. Tal como escrevi: “As Empresas deverão estar atentas, e se possível envolvidas nestas comunidades [...] Estas comunidades são uma boa oportunidade para recolher necessidades e tendências”.

Mais do que recolher necessidades e tendências, as Empresas deverão poder analisar e organizar esses dados, cruzando-os com a sua aplicação CRM. Esta mistura “explosiva” pode tornar-se poderosa e trazer: mais e melhores leads de negócio, mais vendas e retenção de clientes.

Já existem hoje ferramentas que fazem este trabalho. Ou seja, recolhem e analisam os dados retirados das redes sociais, e integram-nos com CRM. Permitindo assim que esses dados sejam utilizados nos processos de negócio automatizados já existentes nas aplicações de CRM.

Uma dessas ferramentas é o Buzzient, que segue as redes sociais em tempo-real. Pode ser configurado para seguir um Produto ou uma Marca específica, e recolhe os dados de qualquer post que lhes faça referência. Os dados entram no sistema e ficam disponíveis para análise.

Pode também recolher informação sobre quais os tópicos mais falados numa determinada área de negócio, identificar automaticamente quais os directos concorrentes que as pessoas mais referem, ou medir o volume de conversações online no seguimento de campanhas de marketing.

Também importante, é a funcionalidade que permite ver como vão evoluindo as opiniões em relação a determinado Produto, Serviço, Marca ou Empresa. O que as pessoas gostam mais e menos. Que websites são mais procurados para falar sobre eles, e quais são os mais influenciadores.

Para finalizar, o Buzzient tem a útil funcionalidade de criar relatórios customizados que podem ser apresentados em formato Word ou PowerPoint. Também é possível enviar alertas em tempo-real para aplicações externas ou mesmo dispositivos móveis.