

A mídia social

O varejo foi o tema da terceira edição do Café.com Blog que reuniu 60 convidados em São Paulo



Café.com Blog:
120 participantes
nas três edições

O consultor estratégico do Instituto de Desenvolvimento do Varejo (IDV), Emerson Kapaz, tem uma visão bem prática de como as mídias sociais podem contribuir para melhorar a discussão sobre o novo projeto de Reforma Tributária que o governo pretende enviar ao Congresso Nacional. “Blogs, comunidades no Orkut e quem participa de outros serviços do gênero devem se integrar numa grande campanha de pressão junto aos parlamentares em favor de mudanças reais na estrutura tributária nacional”, afirmou o executivo. Kapaz lançou a idéia durante a sua participação na terceira edição do Café.com Blog, evento organizado pela revista BITES, que reúne empresas e os mais relevantes integrantes da Mídia Social brasileira. Nesse ambiente onde, na última terça-feira, 60 convidados abordaram o tema do varejo brasileiro diante das mídias sociais, as posições levadas pelo IDV foram bem recebidas. O Café.com Blog, que até hoje reuniu num mesmo ambiente 120 empresas e profissionais de mídia social, começou com a apresentação do modelo de negócio da Tuangr. O objetivo da companhia é reunir grupos de consumidores que desejam adquirir um mesmo produto de alguma marca e ou direto do fabricante. “Dessa forma o cliente ganha mais força na negociação”, afirmou Alexandre Menezes, sócio da empresa. O Tuangr despertou muita a atenção e alguns dos presentes quiseram saber como construir alianças com a empresa. Durante duas horas e meia, no restaurante do Centro Britânico Brasileiro, em São Paulo, os convidados do evento, que tem a consultoria dos blogs LadyBug e Tecnoocracia, discutiram como o varejo nacional pode fazer mais negócios ao abrir canais de comunicação com as mídias sociais. “Precisamos entender claramente o que deseja e aspira esse novo consumidor que faz compras pela internet”, disse Carla Stinchi, da Consultoria Gouvêa e Souza. Um ponto interessante dessa discussão foi levantado por Edney Souza, dono de uma das maiores audiências no mercado brasileiro. Ele administra uma rede de mais de 30 blogs e diz que um dos seus maiores esforços é colocar para as empresas uma nova visão sobre quem pratica mídia social no Brasil. “É deixar claro que por trás de um teclado ou na frente de uma tela de um computador há um consumidor como qualquer outro do mundo real”, afirmou Edney. O Café.com Blog terá mais outras duas edições ainda esse semestre e a partir do próximo evento serão convidados, além de blogueiros, os representantes de grandes comunidades em vários serviços do Orkut, Youtube e MySpace.

BITES vai focar na visão corporativa das mídias sociais

A próxima edição da Revista BITES terá uma série de novidades. A primeira está relacionada com o conteúdo da revista, que a partir de agora vai se concentrar na cobertura das mídias sociais. BITES terá novas seções, colunistas e reportagens sobre o impacto deste fenômeno no mundo corporativo. É esse filtro que definirá a pauta da publicação daqui em diante. O que as empresas querem saber desse novo consumidor que agora tem voz própria? Como a mídia social pode melhorar o relacionamento entre as marcas e os seus clientes? E o que está ocorrendo nesse mundo que interessa as empresas? As mudanças em BITES começam já na próxima semana. Haverá um novo portal de mídia social, que reunirá textos, fotos e vídeos relativos ao assunto. Uma versão digital da revista com seis páginas, em PDF, será distribuída para um grupo de assinantes. Todas as sextas-feiras pela manhã esse grupo receberá um resumo dos fatos mais importantes da semana nas mídias sociais e de interesse do leitor corporativo.

A revista em papel continuará com periodicidade mensal e receberá uma nova safra de assinantes a partir de um mailing que está sendo montado junto as 500 maiores empresas do País. “BITES será o ponto de convergência do que acontece de importante na mídia social brasileira”, afirma Aloisio Sotero, que a partir de março assume a presidência do Conselho Editorial da revista. Sotero, que já foi Superintendente da Gazeta Mercantil e do Investnews, vai auxiliar o Publisher Manoel Fernandes (manoelfernandes@bites.com.br) na implantação dessa estratégia. BITES expandirá seu conteúdo em várias direções e utilizará todos os canais de comunicação conhecidos para levar a mensagem de que as mídias sociais são a melhor forma das empresas conversarem com os seus clientes.