

O inevitável

As empresas devem usar a mídia social para conversar com os clientes, diz COO do Yahoo!7 na Austrália

Chief Operations Officer do Yahoo!7, a joint venture entre o gigante da internet americana e um dos maiores grupos de mídia da Austrália, Bruno Fiorentini desembarca no Brasil dia 20 de maio com um objetivo. Ele está convencido que as mídias sociais são uma realidade inevitável para o mundo corporativo e as empresas devem explorar o potencial de marketing e relacionamento oferecido por esse novo canal de comunicação. “As companhias têm de assumir a liderança do processo e precisam aprender a administrar a situação onde os seus consumidores querem participar do negócio”, afirma o executivo. Fiorentini vem ao Brasil à convite de BITES para ser um dos palestrantes do workshop “Conexões de Negócios através de Mídia Social – Porque as empresas precisam conversar com os seus consumidores”, organizado pela revista BITES (ver box ao lado). Há dois anos à frente da operação com o grupo Seven, que edita revistas, tem canais de TV e ainda internet. Além disso, o executivo integra o conselho de administração de outra joint venture entre o Yahoo! a maior operadora de telefonia da Nova Zelândia. Fiorentini está convencido da necessidade das empresas “conversarem” com o seus consumidores através de vários pontos de acesso proporcionados pelas mídias sociais. “O consumidor quer entrar em contato com a marca porque gosta dela ou têm alguma opinião interessante para oferecer”, diz o COO do Yahoo!7. “Nesse aspecto, é melhor ser transparente e gerenciar essa demanda do cliente do que fingir que ela não existe.” Ter medo do cliente é uma visão ultrapassada e muito defensiva e que não se encaixa a realidade atual do mundo dos negócios.

Antes de assumir a atual posição, Fiorentini ocupou por vários anos a presidência do Yahoo! Brasil e nos últimos tempos acumulava à direção da subsidiária argentina. Além das suas funções na Austrália, o executivo está envolvido em projetos globais do Yahoo! e um deles tem relação direta com mídias sociais. “É uma grande oportunidade de negócios que está se abrindo de maneira consistente e perene.” Por

isso, Fiorentini descarta a possibilidade das mídias sociais serem mais uma bolha da internet. Como alguém que acompanhou de perto a explosão e derrocada do mundo das pontocom, ele enxerga muitas diferenças no momento atual. “Lá atrás era um mercado que estava sendo descoberto e formado. Hoje ele já existe”, explica o executivo. Ele tem uma visão bem particular como as empresas devem ocupar esse espaço nas mídias sociais. Fiorentini acredita que para o bem de todos os envolvidos a internet está longe de ser um campo de guerra entre as marcas e os seus consumidores, numa espécie de Procon virtual. A lógica é exatamente o contrário. As mídias sociais devem ser utilizadas para aproximar quem produz de quem compra e ainda proporcionar um canal de comunicação como nunca existiu antes na história do capitalismo. “Devemos discutir casos concretos e conceitos em lugar de produtos e soluções específicas”, afirma o executivo do Yahoo!7.

Oficina reunirá cases de negócios e palestrantes

A primeira edição da Oficina Corporativa BITES de Mídia Social reunirá, em São Paulo, dia 20 de maio, executivos de empresas, cases de negócio e um elenco de palestrantes de alto nível. Entre os nomes confirmados estão Renné de Paula (Microsoft Brasil), Aloísio Sotero (Dufry Brasil), Marcelo Coutinho (Ibope Inteligência), Cazé Peçanha (Gafanhoto) e Edney de Souza, do portal de blogs Interney.net. A oficina vai oferecer aos participantes uma visão geral das mídias sociais e terá apresentação de fornecedores de web 2.0. Maiores informações pode ser obtidas no email oficina@bites.com.br.



Florentini, em seu escritório em Sidney: internet não é um campo de guerra entre marcas e clientes