

Desde de sempre o ser humano busca uma interação com outro ser humano, desde da idade da pedra com os desenhos nas cavernas onde não havia comunicação, mas só simbologia demonstrando o ocorrido, assim criando sociedades, culturas, o ser humano sempre teve essa necessidade de se comunicar, desde do surgimento do rádio, telefone, televisão, meios de propagações de informações, com o surgimento da internet, muitas pessoas viram a possibilidade de se comunicar com diversas pessoas culturas e sociedades do mundo foi aí que surgiu as redes sociais, porém seu começo foi em 1969 com o desenvolvimento da tecnologia dial-up e o lançamento do CompuServe, um serviço de conexão da internet em nível internacional, além disso com o envio do primeiro e-mail em 1971, esses forma os primeiros passos para a modernização de conectar, pessoas com interesses e vínculos em comum conectado numa rede, em 2000 com surgimento do Fotolog e o Friendste que se baseava na publicação de uma foto junto com uma ideia, o conforme a sociedade foi se modernizando foi surgindo diversas redes sociais, para atender a necessidade de todos como Facebook, criado por Mark Zuckerberg em 2004, que trouxe grandes inspiração no mundo corporativo. Demonstrando que com tão pouco é possível criar um mundo de possibilidades (CHIBÁS).

O presente trabalho irá demonstrar, o que é redes sociais digitais na atualidade, as modalidades e os tipos de redes sociais, horizontais e verticais, sua aplicação na vida pessoal das pessoas e empresas, o gerenciamento das redes sociais das empresas seguindo o modelo estratégico do ciclo do marketing digital.

O que são redes sociais digitais ?

Atualmente a sociedade vem se conectando constantemente nas redes sociais, muitos buscam interatividade, distração, diversão, pois é uma forma sucinta de se relacionar com outras pessoas, de forma que a comunicação seja local ou global, trazendo um mundo de possibilidades, tanto para empresas divulgarem produtos e alcançarem seu público alvo, quanto para pessoas comuns, que buscam se relacionar.

Segundo RECUERO (2013) “redes sociais digitais são constituídas por representações de atores sociais e suas conexões, e que podem ser comparadas a um bate papo como canal de comunicação, utilizado para expressão de sentimentos e ideias, manifestações e movimentos no meio digital”.

Além disso ADOLPHO (2011) acrescenta que “ São constituídas por integrantes com interesses em comum que formam uma comunidade com ligações e intenção de compartilhar conteúdo. Formando redes que, por acaso, se utilizam dos sites de Redes Sociais Digitais “

Ou seja são indivíduos, ou organizações que buscam algo em comum, como: parentescos, amigos, namoro clube do coração, profissões, hobbies, gastronomia, escola, bairro, produtos, serviços... São múltiplos os interesses assim gerando assuntos e criando bate papos, no final gerando relações entre si.

As redes sociais é uma representação da realidade, pois como dito anteriormente reúne pessoas e opinião num mesmo ambiente virtual, segue padrões comuns da

sociedade como dito por Fritjof Capra “redes sociais são redes de comunicação que envolvem a linguagem simbólica, os limites culturais e as relações de poder.”

São integrantes (pessoas ou organizações), com pensamentos ou convicções semelhante ou distinta, que busca algo em comum (afinidade, parentesco, amizade, trabalho, clube...), criando assuntos e gerando laços entre si, assim criando comunidades (grupos de pessoas que partilham, afinidades interesse, que convive na mesma sociedade, física ou virtual), fazendo ligações (laços e elo que existe entre pessoas) , com interesse de compartilhar (partilhar , repartir, distribuir informação), trazendo experiências gerando conteúdos (texto, fotos, imagens vídeos, opiniões) assim como na vida real quanto na virtual essas relações de conectividade entres as pessoas está ligadas desde dos primórdios da sociedade. Concluindo e mesclando todas relações apresentadas, redes sociais digitais, é ambiente onde integrantes, da comunidades se conectam para conversar sobre assuntos e interesses em comum, criando laços e ligações entre si.

Tipos de redes sociais digitais

As redes sociais digitais, já fazem parte do cotidianos de muitas pessoas , pois estamos conectados 24 horas por dia, participando de uma ou mais redes sociais, são essenciais para todos, e existe muitas redes sociais espalhada pelo mundo , cada qual com sua finalidade diferente e busca alcançar público alvo em diversos segmentos culturais e sociais.

Uma forma eficaz de diferenciar os tipos de redes sociais é separando cada segmento conforme a necessidade e preferência de cada usuário, como redes sociais horizontais que se baseia na conexão entre usuários sem ter uma temática definida ou um fim concreto, criando um ambiente virtual de comunicação e compartilhamento de conteúdos, além disso pode-se usada como estratégias para empresas que busca um público amplo e não muito segmentado. Tipos de redes sociais horizontais são:

Facebook: Está direcionado para as vidas pessoais de seus integrantes e permite socializar e manter o usuário conectado com amigos, recuperar contatos perdidos, compartilhar informações como fotos ou vídeos, links a páginas web e preferências, divulgação institucional de uma marca, relacionamento com cliente, até mesmo vendas online. Atualmente o facebook é a maior rede social do mundo com cerca de 1,5 bilhões de usuários cadastrados, além disso segundo CHIBÁS ORTIZ, o estilo do Mark Zuckerberg nos faz compreender e olhar o mundo de maneira diferente, assim como também começar a olhar a administração por outro ângulo: mais objetivo e ajustado ao momento e contexto atual.

Twitter: Sua característica é a limitação de escrever textos de até 140 caracteres que podem ser lidos por qualquer um que tenha [acesso](#) a sua página. Utiliza-se para estar mais conectado aos amigos, relacionar-se com personagens públicos, conhecer as últimas notícias, comentar eventos ou notícias, como buscador em tempo real, buscar emprego e como ferramenta comercial.

Google+: Sua finalidade é compartilhar fotos, informações com os contatos do e-mail do Google e ligações. Contudo permite realizar vídeo conferências, mostrar uma apresentação ou compartilhar arquivos de seu computador e celular.

Pinterest: Focalizada no compartilhamento de imagens e sua plataforma assemelha-se a um quadro de inspirações, onde as imagens são temáticas, como de jogos, de hobbies, de roupas, de perfumes, etc. usuários podem compartilhar e gerenciar.

YouTube: A princípio não era considerado uma rede social, pois só se caracteriza em postagens de vídeos, porém ao longo do tempo foi incluindo cadastro de diversos canais onde pessoas se inscrevem, compartilham e comentam os vídeos postados, criando uma rede de amigos com finalidade de se interagir, com a opção criada em 2016 de comunidade, onde os donos de canais podem se interagir com seu público de forma específica ou até mesmo uma marca explicar sobre determinado produto ou serviço.

Instagram: Permite compartilhar fotos, vídeos e aplicar nelas efeitos fotográficos e visuais.

Além dessas apresentadas existem diversas outras que apresentam as mesmas finalidades, porém seu acesso só é possível com dispositivos conectados a smartphone como, Whatsapp, Snapchat, Telegram, Badoo, Tinder, Waplog entre muitos outros. Sua finalidade são a mesma que das redes sociais digitais, porém com intuito mais específico e com mais agilidade para comunicação.

As redes sociais verticais, são mais segmentadas e tendem a agrupar pessoas com interesses em comum, e são caracterizadas por serem mais sofisticadas com fóruns de discussões, artigos e debates referentes a assuntos específicos, exemplos de redes sociais verticais são:

LinkedIn: Sua utilidade é a criação de perfil que se baseia na criação de curriculum online, onde estabelece contato com profissionais e empresas estabelecendo novas relações comerciais, experiências profissionais, busca de emprego ou participação em grupos de discussão.

Goodreads: Assim como Skoob é uma rede social que tem como público alvo usuários que gostam de leitura, pois permite criar uma estante virtual de livros com mais diversos tipos de temas, além de adicionar amigos que buscam o mesmo tema que o seu.

Ravelry: Rede social para “tecelões” e amantes das fibras e fios em geral.

MySpace: Com a mesma finalidade do Facebook, o aplicativo fez sucesso nos anos 2000, porém perdeu espaço para novas redes que surgiram, com isso a rede mudou seu foco para divulgação de bandas independentes, troca de imagens e novas amizades interligados ao seguimento musical.

Por serem redes sociais com público alvo bem definido, tende-se o número de usuários serem menor comparado com quem usa as redes sociais horizontais, porém dentro de um contexto geral, essa diferenciação serve como estratégias para empresas buscar o melhor meio para atingir seu consumidor final, em busca de fidelização ou gerenciamento da marca no mercado de forma que seja mais abrangente ou mais segmentada dependendo da rede utilizada.

Aplicação das redes sociais digitais (pessoas e empresas) e gerenciamento da marca.

As redes sociais digitais, podem ser utilizado em diversos aspectos na vidas das pessoas, como uma forma de reencontrar um amigo de escola , fazer novas amizades , encontrar um amor, entre muitos interesses da vida pessoal, porém para empresas as redes sociais é uma ferramenta muito importante, pois uma boa utilização pode trazer boa reputação para marca, bom relacionamento com cliente e além disso pode aumentar as vendas, porém seu mau uso pode resultar em uma marca mal vista no mercado, e declínio nas vendas de determinado produto ou serviço, antes de mais nada a empresa deve traçar uma estratégia antes de cria um perfil em uma rede social, ver qual é seu público alvo e qual rede social ele está mais presente, segundo Kotler (2014, 14º, p. 589) “ As redes sociais permitem que os consumidores se envolvam com uma marca em um nível provavelmente mais profundo e mais amplo que nunca”, uma boa forma de traçar uma estratégia é seguindo o ciclo do marketing digital desenvolvido por CHIBÁS RTIOZ, Felipe , relata que “Trata-se de ter uma estratégia digital que transcenda a utilização isolada ou esporádica de um meio ou canal de comunicação com o cliente. Isto implica ter planejamento (planos de mídia, etc.), objetivos e metas claras, pesquisa (relatórios, gráficos, etc.), indicadores de avaliação e mensuração (índices de satisfação do cliente, reputação, vendas, boca a boca virtual, etc.)” Dentro do decálogo de marketing, redes sociais entra no quinto elemento , ou seja antes de uma empresa traçar uma estratégia deve-se , fazer uma pesquisa de mercado para entender o comportamento do consumidor para atingir determinado público, depois traçar um planejamento, verificando suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças , antes de vender para fora é necessário vender para dentro conforme o autor menciona ou seja deve-se sempre fazer o endomarketing, para que todos seus funcionários saibam o que a empresa está desenvolvendo no mercado externo, depois com mailing certo entra o disparo de e-mail, mas não como uma forma agressiva de venda, e sim para criação de um relacionamento com o cliente, e seguindo esses procedimentos entra na quinta fase as redes sociais, segundo CHIBÁS “ Nesta fase cria-se relacionamentos e não tenta-se vender diretamente produtos. Desta forma, as postagens nas mídias devem se caracterizar por serem divertidas, alegres e simpáticas, fazendo referencias indiretas aos produtos e serviços da organização.” Ou seja é essencial os profissionais responsável saberem gerenciar corretamente as redes sociais, pois muitos cases mostra muitos negócios se queimarem no mercado por conta de uma publicação mau direcionado ou um vídeos ofensivo nas redes sociais, por outro lado muitas empresas se tornaram conhecidas e cresceram por conta das redes sociais.

O mau uso das redes sociais podem manchar uma carreira profissional e uma marca?

Sim pois muitas empresas antes mesmo de contratar um funcionário verifica, seu histórico nas redes sociais, o quais são suas atividades mais comum, se é uma pessoa que fala mal de antigos emprego, com texto e frases indiscreta ou se é muito baladeira (a), compartilhando fotos nos locais de curtidão, exemplo com copo de cerveja na mão, e até mesmo funcionários que já estão nas empresas, exemplo disso:

- Na minha antiga empresa, uma funcionária faltou ao serviço em um sábado, e ligou para o chefe alegando que passou mal e não tinha condições de vim trabalhar, porém seu erro foi ter compartilhado nas redes sociais um vídeo que mostrava a pessoa junto com os amigos com copo de cerveja na mão e cantando uma música na madrugada de

sexta para o sábado, com tudo a mesma tinha empresa como amigo no seu perfil, e quando o chefe acessa, a rede social para verificar as novidades do seus clientes, verifica o vídeo na sua página inicial, ao verificar o vídeo e ver a alegação da funcionária, ele chega na devida conclusão que a mesma não foi ao serviço por conta da curtidão da noite passada, final da história na segunda feira o chefe chama a funcionária para conversa, demonstra o vídeo e demiti a funcionária por justa causa.

Além disso muitas empresas cometem o erro de não se relacionar corretamente com seus clientes no pós venda, e acarretando reclamações dos consumidores nas redes sociais e manchando a imagem da empresa um exemplo disso foi a empresa “Visou”, que após uma cliente questionar o prazo de entrega de um determinado produto, a empresa responde a mesma com ofensas e xingamentos, onde a mesma divulga a conversa e milhares de consumidores ao ver tais ofensas se senti indignados, e a empresa que tinha apenas dois anos de funcionamento perde o mercado que tinha levado tempo para conquistar.

Considerações Finais

O presente trabalho teve como objetivo analisar e avaliar redes sociais digitas desde do seu conceito a sua aplicação, pois não é simplesmente um meio para se interagir mais sim uma ferramenta potente para todos, pois com ela é capaz de promover o marketing pessoal de uma pessoa e gerenciar uma marca no mundo virtual, trazendo relação de negócio gerando renda e novos empregos, com a modernização as pessoas buscam novos meios de expandir a comunicação e as redes sociais digitais é o meio atual que as pessoas aprecia, como visto no trabalho o bom uso da mesma pode trazer grandes benefícios para vida pessoal e profissional de uma pessoa ou uma imagem positiva da sua marca no mercado, porém seu mau uso pode ocasionar sérias consequência como demissão por justa causa, devido uma publicação indevida, ou declínio de uma marca no mercado por não se relacionar de forma culta com seu cliente, foi utilizado como estratégia no gerenciamento de uma marca nas redes sociais o ciclo do marketing digital, que aplica o decálogo do marketing digital que situa na aplicação de 10 passos para se ter sucesso numa campanha ou relacionamento com prospects no mundo virtual, porém no presente trabalho só foi aplicado até o quinto passo, que se fala do tema em questão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- KOTLER, Philip. Administração de Marketing: A Edição do Novo Milênio. 10ª ed.
KOTLER, Philip e KELLER. Administração de Marketing. 14ª ed.
TORRES, Cláudio. A bíblia do marketing digital. São Paulo: Editora Novatec, 2009
CHIBÁS ORTIZ, Felipe. Ciclo do Marketing Digital: tática e estratégia blended. Revista ENIAC Pesquisa, Guarulhos (SP), ISSN: 2316-2341, v. 2, n.1, p. 62-74, jan.- jul. 2013.
CHIBÁS ORTIZ, Felipe. Estilo Marck Zukemberg de administrar, São Paulo, 29/07/2016. Acesso: 18/03/2017
Gerenciamento das redes sociais. Disponível em :

<<http://resultadosdigitais.com.br/blog/gerenciamento-de-redes-sociais/>> Acessado:
29/03/2017

Redes sociais digitais. Disponível em :

<<https://pt.slideshare.net/data4info/redes-sociais-digitais-o-que-so-e-como-aproveitar>>.

Acessado: 25/03/2017

Tipos de redes sociais. Disponível em :

<<http://www.academiadomarketing.com.br/redes-sociais-horizontais-e-verticais/>> .

Acessado: 23/03/2017

Conrado Adolpho , o que são redes sociais digitais, estratégias de marketing.

Disponível em : < <http://www.conrado.com.br/>>

Acessado: 30/03/2017

Raquel Recuero, Conceitos e aplicações redes sociais digitais. Disponível em :

Acessado: 29/03/2017.

