INTERNET PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO USAR O **TWITTER** PARA A SUA **EMPRESA**

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

INTERNET PARA
PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO USAR O **TWITTER** PARA A SUA **EMPRESA**

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

© 2011. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contatos:
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Unidade de Capacitação Empresarial – UCE
SGAS 605 – Conjunto A – Asa Sul – 70.200-645 – Brasília / DF
Telefone: (61) 3348-7168
Site: www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo
Roberto Simões

Diretor Presidente
Luiz Barretto

Diretor Técnico
Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças
José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial
Mirela Malvestiti

Coordenação Nacional
Michelle Carsten Santos

Consultor Conteudista
Edgar Powarczuk – Powarczuk Estratégias de Relacionamento Ltda.

Consultora Educacional
José Sérgio de Jesus – SS Treinamento e Desenvolvimento Educacional Ltda.

Equipe Técnica
Alcionei Rocha dos Santos – Sebrae/SC

INTERNET PARA
PEQUENOS NEGÓCIOS

Táticas para construir uma presença de sucesso na internet

COMO USAR O **TWITTER** PARA A SUA **EMPRESA**

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Sumário

APRESENTAÇÃO 6

CAPÍTULO 1 — O QUE É O TWITTER? 8

Comunicação curta e objetiva 10

Dicionário do Twitter 12

CAPÍTULO 2 — A IMPORTÂNCIA DO TWITTER PARA SUA EMPRESA 14

Compartilhando conteúdos 16

CAPÍTULO 3 — EXEMPLO DE SUCESSO 20

Conheça uma empresa que já aderiu ao Twitter 22

CAPÍTULO 4 — HORA DE PRATICAR 24

Tutorial para criação de uma conta no Twitter 26

PASSO 1 — Criando o perfil 26

PASSO 2 — Adicionando pessoas 32

PASSO 3 — Como usar o RT 33

PASSO 4 — Mantendo o Twitter ativo 34

CAPÍTULO 5 — CUIDADOS NECESSÁRIOS 36

Não cometa erros primários! 38

CAPÍTULO 6 — FIQUE DE OLHO 42

Dicas que podem tornar seu Twitter ainda mais interessante 44

Mitos 46

Algumas curiosidades 47

O brasileiro no Twitter 48

CONSIDERAÇÕES FINAIS 50

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 54

Apresentação

A internet modificou, radicalmente, muito mais que a maneira das pessoas se relacionarem. Por reunir milhões de pessoas no mundo inteiro, ela também é um poderoso meio de comunicação para negócios.

Mas onde e como essas pessoas podem ser encontradas ou, ainda, alcançadas pelo seu negócio? Uma das maneiras mais utilizadas vem sendo as chamadas redes sociais. O Twitter é a de maior sucesso.

Essa rede social pode ser utilizada pelo empreendedor e empresário como grande ferramenta de busca de informações e oportunidades de novos negócios. É a chance de estar presente também na internet!

Esta cartilha reúne as informações necessárias para as empresas realizarem uma busca de conhecimento mais efetivo sobre as possibilidades oferecidas pelo Twitter. Aprendendo as funcionalidades nesse ambiente virtual, você vai aprimorar a gestão da sua empresa na internet.

Toda menção a empresas e/ou marcas contidas nesta cartilha **Como usar o Twitter para a sua empresa** tem o propósito único e exclusivamente ilustrativo.

Mas chega de papo, vamos descobrir o que é o Twitter, afinal?

O Twitter é um *microblog* que permite a publicação de fotos, vídeos e textos com no máximo 140 caracteres, que tem por objetivo possibilitar que as pessoas publiquem informações mais objetivas e diretas, agilizando o fluxo de informações.

O QUE É O **TWITTER?**

O que é o Twitter?

Comunicação curta e objetiva

Dicionário do Twitter

Comunicação curta e objetiva

O Twitter é uma rede social na internet, um *microblog* que permite a publicação de fotos, vídeos e textos com no máximo 140 caracteres, que tem por objetivo possibilitar que as pessoas publiquem informações mais objetivas e diretas, agilizando o fluxo de informações.

As mensagens são curtas, rápidas e alcançam as pessoas onde quer que elas estejam. É um meio instantâneo, o que traz uma série de oportunidades para as empresas que aprendem a utilizar bem a ferramenta.

As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las. O serviço gratuito foi criado em 2006 por Jack Dorsey e ganhou extensa notabilidade e popularidade por todo o mundo. Estima-se que exista cerca de 180 milhões de usuários no planeta.

A ferramenta também permite excelente intercâmbio de informações com diversas outras redes sociais, entre elas o Facebook, onde é possível tudo que o usuário postar no Twitter aparecer em sua conta no Facebook, e vice-versa.

Com a criação do Twitter também surgiram diversas redes sociais dependentes dele que permitem o envio de fotos e vídeos, como o Twitpic e o Twitvid. Já é possível compartilhar conteúdo no Twitter por meio de seu telefone, do seu *blog* ou do seu *site* empresarial.

Enfim, o Twitter hoje é uma das principais aplicações para compartilhar conteúdo na internet, de forma rápida e agregadora.

O que é o Twitter?

1. É um *microblog*
2. É uma forma de relacionamento
3. É uma ferramenta de longo alcance e velocidade

O Twitter também tem sido constantemente utilizado por grandes empresas para a divulgação de marcas, por meio de constantes atualizações, sempre ligando o consumidor a uma página onde possa encontrar mais informações sobre o serviço ou o produto oferecido.

Além disso, tem se mostrado um ótimo instrumento para o fortalecimento das marcas no ambiente virtual, pois agrega seguidores que recebem as atualizações enviadas pelas empresas, porém ainda é uma ferramenta que deve ser melhor explorada para esse fim.

Mas, talvez muitas pessoas tenham receio dessa ferramenta, por observarem polêmicas criadas em jornais oriundas de declarações de famosos em seus perfis. Isso acontece quando as pessoas não a utilizam com cuidado.

Fique conectado!

- Basta você ter domínio da ferramenta que não haverá problemas.

Dicionário do Twitter

Cada mídia tem sua própria linguagem.

Como já deu para perceber, é bom saber algumas palavrinhas em inglês, pois a versão em português do Twitter ainda é muito recente e a maior parte dos usuários ainda utiliza os termos originais em inglês. Veja alguns conceitos sobre funções e áreas do Twitter:

- ***TIMELINE*:** é a página principal, quando o usuário já efetuou *login* em sua conta no Twitter. É neste espaço que aparecem todas as mensagens de quem o usuário segue. Em português, chama-se "Histórico".
- ***@MENTIONS*:** neste botão, você monitora todas as citações feitas a respeito do seu nome de usuário no Twitter. É essencial para monitorar o que estão falando da sua empresa na rede social. Em português, chama-se "@Menções".
- ***RETWEET (RT)*:** cada postagem é um *tweet*. Caso você tenha recebido alguma mensagem relevante e queira compartilhar com seus seguidores, você pode dar um

http://www.ipjornal.com/wp-content/uploads/2009/05/internet.jpg
http://webrulon.com/wp-content/uploads/2009/12/Twitter-money-business-success-stories.jpg.jpg

retweet (vulgo "RT"), que é postar essas mensagens respeitando os créditos de quem as escreveu. Manteve-se o nome na versão em português.

- ***HASHTAG:*** é uma forma de segmentar suas mensagens por assunto. Você escreve a palavra-chave antecedida de sustenido (#) para colocar um *link* sobre o tema que você está abordando. Ao clicar na *hashtag*, o internauta vê tudo o que foi falado na rede social sobre aquele assunto.
- ***TRENDING TOPICS*:** na coluna da direita, o Twitter lista os assuntos mais falados na rede social naquele instante. Trata-se de uma forma de mensurar que assuntos estão em voga no momento. É possível escolher a região que quer que seja abrangida pelos assuntos: mensagens do mundo inteiro, Brasil ou outros países. Em português, chama-se "Tópicos da Tendência".

Usar o Twitter pode ser uma oportunidade e tanto para sua empresa se divulgar e promover novos negócios. Esta é uma ferramenta de relacionamento focada no compartilhamento de conteúdos e informações.

A IMPORTÂNCIA DO **TWITTER** PARA SUA **EMPRESA**

A importância do Twitter para sua empresa

Compartilhando conteúdos

Compartilhando conteúdos

Usar o Twitter pode ser uma oportunidade e tanto para sua empresa se divulgar e promover novos negócios. Esta é uma ferramenta de relacionamento focada no compartilhamento de conteúdos e informações.

Porém, como fazer isso em uma empresa? Você vai simplesmente anunciar seu produto ou vai usar a ferramenta para realizar um SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) com os internautas? Confira como você pode utilizar essa ferramenta:

O seu Twitter pode ter:

As **notícias** institucionais da sua empresa.

Informações sobre seus **produtos e vendas**.

Informações complementares ao seu produto.

Promoções para os clientes.

Tudo isso: desde que bem separado por palavras-chave (*hashtags*).

Ou seja, sua empresa pode utilizá-la de várias formas diferentes, e nenhuma é melhor que a outra – basta você estudar qual se adaptará melhor ao seu tipo de negócio.

É necessário manter um objetivo na comunicação via Twitter para não deixar os internautas que seguem você confusos. Por exemplo, o internauta que procura promoções talvez não queira saber de informações complementares sobre o produto. Se você ficar falando de tudo ao mesmo tempo, os seus seguidores na rede social vão receber informações que não interessam, o que é inoportuno.

Também não adianta você querer dar informações complementares do produto, se vende objetos simples, como cadernos. Afinal, todas as pessoas sabem como se utiliza um caderno.

Portanto, é interessante utilizar o Twitter de forma que ele seja útil para os seguidores da empresa e, evidentemente, traga retorno em vendas para o seu negócio. Para isso, busque montar uma estratégia de curto prazo. Por exemplo, estipule um período de dois meses para experimentar a ferramenta, causar repercussão e verificar se está tendo bons resultados.

Para iniciar, monte o perfil da empresa com informações básicas, mas precisas do seu negócio. No seu perfil, você deve informar o *site* da empresa ou o contato com outras redes sociais, onde, nelas, você poderá detalhar informações. Você verá como abrir a conta no Twitter mais adiante.

Não tente enfeitar o que faz, seja sucinto. Selecione quem seguir, como empresas, instituições e pessoas que têm a ver com o seu ramo de atividade, em quem você acredita e confia, que passe credibilidade aos seus futuros seguidores. Geralmente, essas pessoas vão te seguir e as pessoas que as seguem podem querer segui-lo também.

Programe o que vai informar. Tente estabelecer uma comunicação contínua onde a cada intervalo de dias – que não pode ser muito longo – você possa dar uma informação interessante –, mesmo que seja de alguém que você siga.

Claro que você precisa divulgar que está no Twitter para a sua rede de contatos, assim eles poderão adicioná-lo. Com o tempo e o retorno da sua rede, você poderá balizar o que informar, se algo sobre um produto/serviço que é o carro-chefe, ou um lançamento, ou até mesmo realizar uma promoção. Lembre-se de ser interessante em poucas palavras!

Twitter de Padaria? Sim, e é o maior sucesso!
Talvez você pense que essa ferramenta é somente para grandes empresas, mas está enganado. Qualquer micro e pequena empresa pode fazer bom uso dessa rede social, basta associar dinamismo e visão de mercado.

EXEMPLO DE **SUCESSO**

Exemplo de sucesso

Conheça uma empresa
que já aderiu ao Twitter

Conheça uma empresa que já aderiu ao Twitter

Twitter de Padaria? Sim, e é o maior sucesso!

Talvez você pense que essa ferramenta é somente para grandes empresas, mas está enganado. Qualquer micro e pequena empresa pode fazer bom uso dessa rede social, basta associar dinamismo e visão de mercado.

Um exemplo muito interessante é o da padaria fluminense Farinha Pura, que criou uma página no Twitter e sempre avisa quando o pão está saindo do forno. Assim, nenhum cliente precisa ficar esperando o pão ficar pronto. Já pensou sair do trabalho e pegar aquele pão que derrete a manteiga? É isso que a Padaria Farinha Pura faz, oportuniza o cliente a aproveitar melhor o que oferece.

Além de vender mais pães, essa ação da padaria também ajuda a fidelizar o cliente que ao encontrar um lugar que avisa a hora de saída do pão quentinho, sempre vai voltar.

http://Twitter.com/FarinhaPura, acessado em 13/08/2010 às 17h11min.

Gostou da experiência da padaria? Este é apenas um exemplo das inúmeras possibilidades que o Twitter pode oferecer ao seu empreendimento. À medida que você for se familiarizando com essa ferramenta, certamente vai encontrar o melhor caminho para alcançar seus objetivos.

Fique conectado!

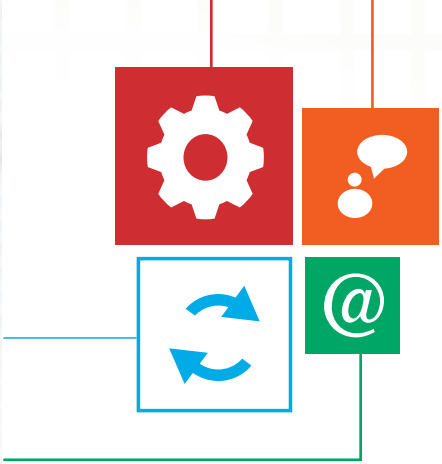
Como toda ação de comunicação, é fundamental observar alguns cuidados.

O Sebrae também está no Twitter com várias contas atualizadas diariamente em várias regiões do Brasil.

Siga o Sebrae no Twitter pelo *link*:

http://www.sebrae.com.br/atender/customizado/sebrae/institucional/twitter

Agora, vamos conhecer mais de perto essa poderosa mídia de relacionamento e desvendar seus segredos.



HORA DE **PRATICAR**

Hora de praticar

Tutorial para criação de uma conta no Twitter

PASSO 1 – Criando o perfil

PASSO 2 – Adicionando pessoas

PASSO 3 – Como usar o RT

PASSO 4 – Mantendo o Twitter ativo

Tutorial para criação de uma conta no Twitter

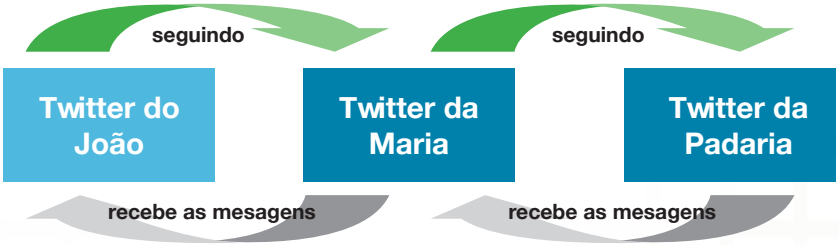
Agora, vamos conhecer mais de perto essa poderosa mídia de relacionamento e desvendar seus segredos.

PASSO 1 — Criando o perfil

A identidade de sua empresa no Twitter

Para começar, você deve criar um perfil que será a página da sua empresa. Nela serão exibidas as mensagens, com uma coluna na direita dizendo um pouco sobre o que faz e quem são os seus contatos na rede social.

Logo após criar a conta, você pode se associar a outros perfis parceiros, como já foi dito antes, tornando-se um seguidor deles – e assim receber as mensagens deles também.
Da mesma maneira, quando um perfil se associa a você, ele também passa a receber o que você posta. É possível ainda mandar mensagens privadas (somente o destinatário irá ler) e/ou direcionadas a algumas pessoas (publicadas para todos os que te seguem).



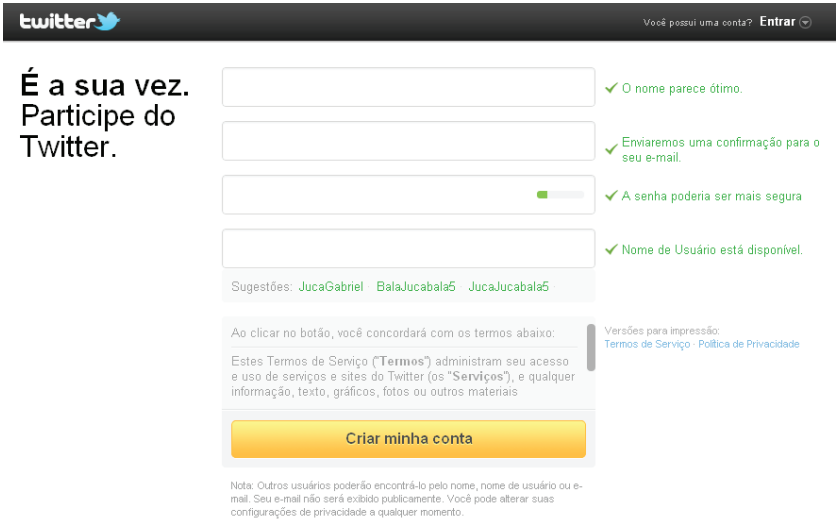
Haverá seguidores *online* a qualquer instante do dia, o que faz com que suas mensagens tenham repercussão em qualquer momento que você postar. O internauta que acompanha o Twitter da empresa também possui seus seguidores, o que significa que um atendimento bem ou mal feito pode repercutir na imagem da sua empresa no Twitter.

Vamos lá, é fácil:

- Acesse o *site* da rede social: ***http://twitter.com.***
- Preencha os dados do cadastro na página inicial, no box em destaque que é destinado para os usuários que ainda não estão cadastrados.
- Preencha estas lacunas com seu nome, *e-mail* e senha.
- Clique em **inscreva-se**.

http://Twitter.com/, acessado em 10/06/2011 às 14h55min.

- Forneça alguns dados na página onde você deve se cadastrar na rede social. São eles:
  - Nome completo.
  - *E-mail*.
  - Senha.
  - Nome de usuário.
- Clique em **criar minha conta**, após preenchidos os dados.

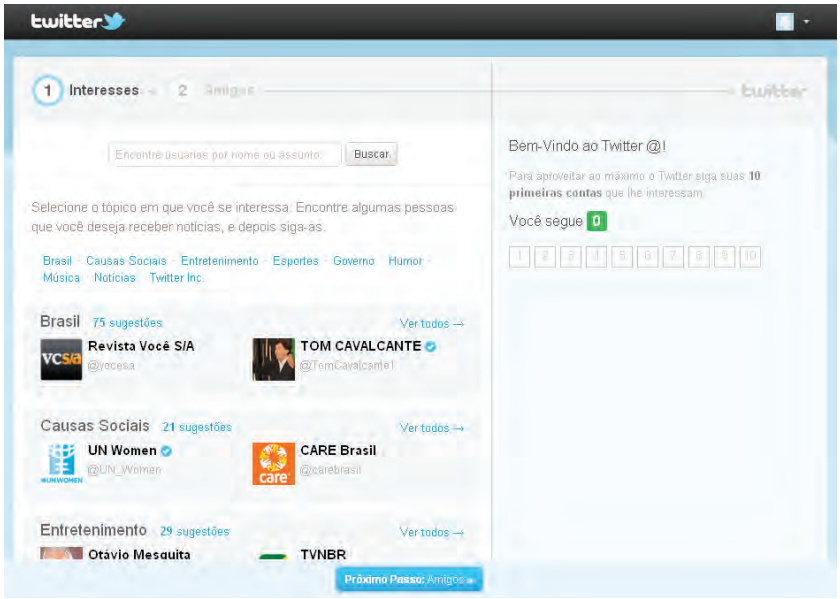


https://Twitter.com/signup, acessado em 10/06/2011 às 15h08min.

- O assistente de criação de conta do Twitter vai ajudá-lo na criação do perfil.
- O primeiro auxílio é na sugestão de usuário para seguir, conforme os interesses. O Twitter lista uma série de perfis

para você acompanhar, variando nos temas “Brasil”, “Causas sociais”, “Entretenimento”, “Esportes”, “Governo”, “Humor”, dentre outros.

- **Clique em próximo passo: amigos >>**.



http://Twitter.com/#!/welcome/interests, acessado em 10/06/2011 às 15h11min.

- Siga alguns contatos como sugere o Twitter. Você pode fazer isso:
  - Procurando os usuários por nome ou *e-mail*.
  - Importando seus contatos da sua conta de *e-mail* para encontrá-los na rede social. Para isso, você deve entrar com seu endereço de *e-mail* e senha. Caso você aceite, será aberta uma página com os contatos do seu *e-mail*

que utilizam o Twitter, de modo que você pode escolher os que deseja seguir e os que não deseja seguir. Caso contrário, você passará para a próxima etapa.

- Clique em **pular importação >>**.

http://Twitter.com/#!/welcome/import, acessado em 10/06/2011 às 15h25min.

- Confirme sua conta por *e-mail* para ela estar regularizada e você poder usar todas as funcionalidades do Twitter. **Seu perfil está criado!**
- Comece a preencher os dados complementares do perfil, insira uma foto, altere o plano de fundo, entre outros.

http://Twitter.com/#!/, acessado em 10/06/2011 às 15h37min.

- **Confirme sua conta!** Acesse seu *e-mail* cadastrado e clique no *link* da mensagem que recebeu do Twitter para validar o perfil na rede social.

https://mail.google.com/mail/#inbox/1312659c326316cd, acessado em 19/07/2011 às 17h02min.

- Clique no *link* de confirmação de sua conta, enviado para o seu *e-mail*. **Pronto!** Sua conta está devidamente criada.
- Comece a seguir perfis e postar suas mensagens!

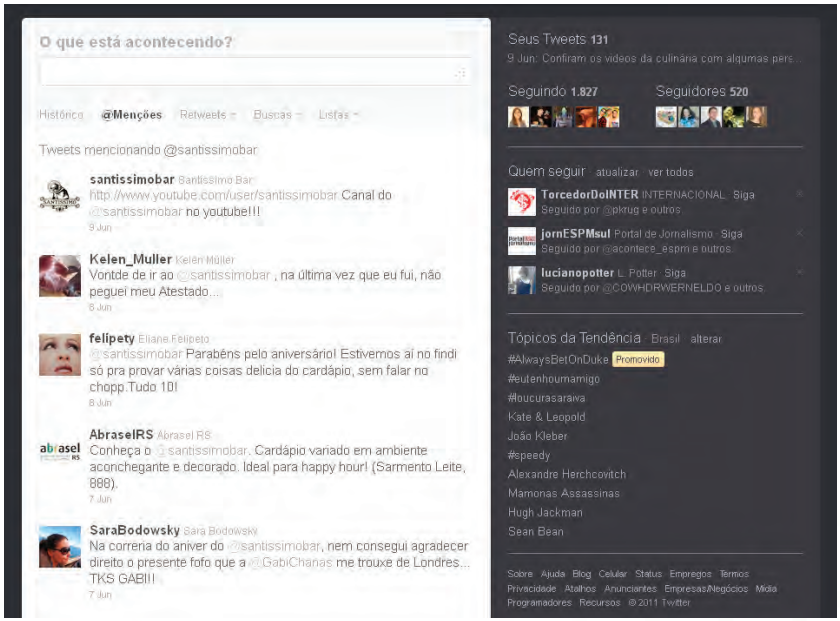
PASSO 2 — Adicionando pessoas

Montando sua rede social

Para adicionar alguém é muito simples. Basta ir até a página da pessoa que deseja seguir e clicar em **siga**. Pronto, você será um seguidor dela. Já para responder diretamente uma mensagem, você deve digitar o texto que quiser, mas adicionar no começo da frase o nome de usuário dela, precedido de uma arroba.

Exemplo: @nomedapessoa texto da sua fala.

Para visualizar todas as mensagens direcionadas a você, basta clicar em **@Menções** (ou *@mention* na versão em inglês).
A mensagem no Twitter é chamada de *tweet*.



http://Twitter.com/mentions, acessado em 13/06/2011 às 17h41min.

PASSO 3 — Como usar o RT

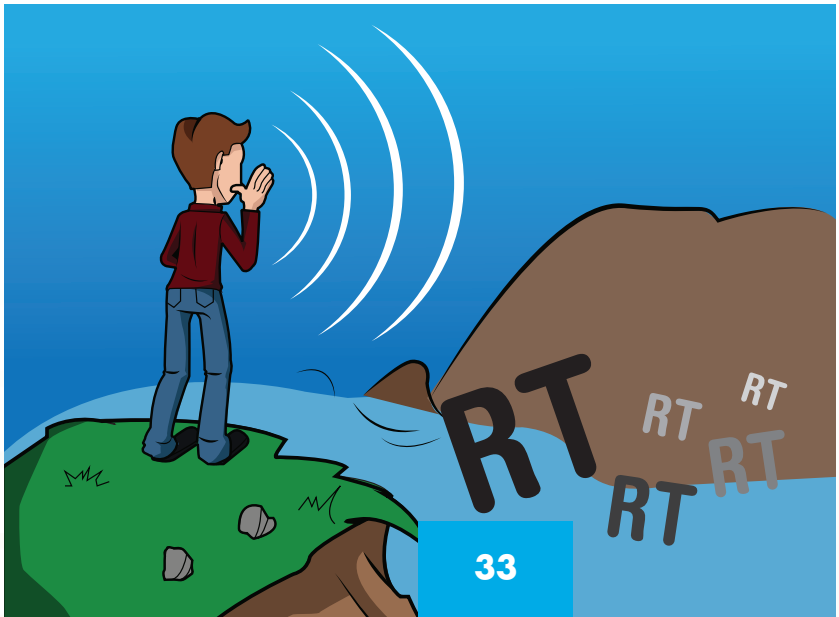
Repassando mensagens

O RT nada mais é do que um *retweet*, ou seja, é uma mensagem que recebemos de alguém que achamos relevante e então repassamos para os nossos seguidores.

Fique conectado!

O RT é uma maneira gentil de repassar uma notícia ou informação, mantendo os devidos créditos ao autor original do *tweet*.

Até pouco tempo atrás, só era possível usarmos o RT manualmente (digitando RT), mas no início de 2010 o *retweet* foi integrado à página oficial do Twitter.



PASSO 4 — Mantendo o Twitter ativo

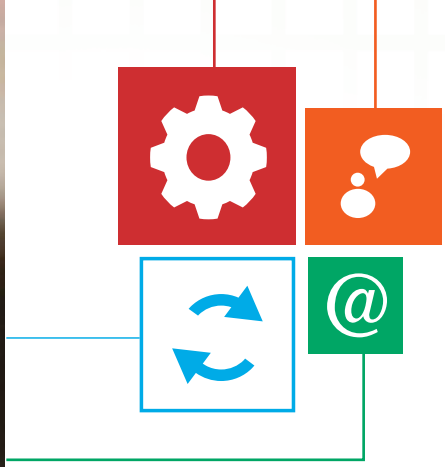
Hora de administrar a conta

Pronto, já criou e customizou o perfil, e os seguidores estão surgindo. Chegou o momento de verificar se sua empresa está realmente engajada no Twitter.

Por exemplo, você está respondendo às mensagens?
As pessoas estão mencionando sua empresa? São mensagens positivas ou negativas? Depois, quantifique as experiências, observando os seguintes pontos:

- Veja quantas questões foram respondidas.
- Quantos problemas de consumidores foram resolvidos. As porcentagens mudaram no decorrer do tempo?
- Você pode postar questões, lançar ideias e solicitar o *feedback* dos usuários – geralmente as respostas vêm logo.
- Se você acaba de lançar um produto, peça a opinião dos usuários ou siga os *tweets* das pessoas que estão falando sobre ele.
- Quando os consumidores publicam dúvidas no Twitter, eles geralmente esperam uma resposta rápida, em poucas horas e não dias!
- Fique atento às citações da sua empresa na rede social (em @Menções).

O desconhecimento sobre como funciona a ferramenta e a falta de interação, ou melhor, a falta do que dizer podem ocasionar uma má interpretação por parte dos seguidores.



CUIDADOS
NECESSÁRIOS

Não cometa erros primários!

Não cometa erros primários!

O desconhecimento sobre como funciona a ferramenta e a falta de interação, ou melhor, a falta do que dizer pode ocasionar uma má interpretação por parte dos seguidores.

A participação deve ser constante, mas sempre com mensagens de valor buscando acrescentar algo a seus seguidores. A falta de interação pode ser interpretada como descaso por parte da empresa.

Lembre-se de que o Twitter não é a única ferramenta de comunicação na internet. Há de se pensar bem o uso do Twitter como um complemento da estratégia de comunicação da empresa e utilizá-lo juntamente com outras ferramentas como *blogs*, loja virtual, *site* e as demais redes sociais.

Não se esqueça de que a falta de uma resposta adequada é sempre prejudicial para qualquer empresa, seja em que meio de comunicação for e, portanto, essa regra também se aplica ao Twitter.

Veja alguns lembretes importantes antes de usar o Twitter:

1. Customize a página da sua empresa

Se o Twitter criado é um veículo de comunicação oficial da empresa, cabe manter uma padronização com o *layout* da identidade visual ou do *site*, se tiver. Seja claro e objetivo, mantendo os traços preestabelecidos da sua identidade visual.

2. Siga pessoas para lhe seguirem de volta.

No momento em que você segue um usuário, este recebe um *e-mail* notificando que ele está sendo seguido por você. É uma gentileza comum no Twitter as pessoas seguirem de volta os usuários que o seguem – desde que haja um mínimo interesse em conhecer a empresa e receber as postagens. Siga perfis de usuários comuns do Twitter para ter um volume e adquirir um público inicial. Não espere que as pessoas o encontrem. Divulgue o fato de usar o Twitter.

3. Fale a linguagem do público

Mesmo que seja um veículo oficial da empresa, não adianta você falar de maneira mais formal se o público é jovem ou utiliza outro tipo de linguagem. É necessário que os seguidores se identifiquem com você, então tente se familiarizar com eles.

Atenção!

- Não confunda seus *tweets* pessoais com os da sua empresa!

4. Compartilhe *links* curtos

Lembre-se dos 140 caracteres de que falamos no início. Pois bem, o Twitter não foi feito para escrever grandes textos, mas sim pequenas chamadas, que podem remeter a uma página por meio de um *link*. Saiba ser objetivo nos *posts* e instigar a curiosidade dos seguidores. Se eles quiserem saber mais do que você está falando, disponibilize um *link* que direcione para um *site* ou *blog*, por exemplo.

5. Nunca seja um "*Aggressive Follower*"

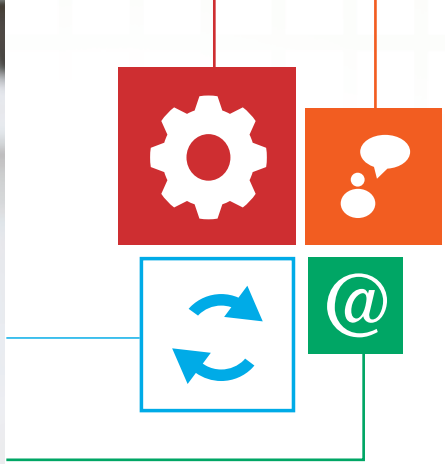
Nunca siga pessoas em grande volume (*Agressive Follower*) com a intenção de que essas pessoas te sigam. Isso vai contra a política de uso do Twitter e normalmente ações como essas são detectadas e as contas são suspensas.

O Twitter chama isso de *spam*, sendo a ação de seguir grande volume de pessoas considerada uma má prática.

Fique conectado!

A melhor estratégia para arrecadar seguidores é gerar conteúdo de qualidade que as pessoas queiram dar *reply* ou *retweet*.

O Twitter é a rede social da moda e, por isso, muitos empreendedores começam a dar especial atenção à ferramenta. Consequentemente, você deve estar atento para não cometer erros.



FIQUE DE **OLHO**

Fique de olho

Dicas que podem tornar seu Twitter ainda mais interessante

Mitos

Algumas curiosidades

O brasileiro no Twitter

Dicas que podem tornar seu Twitter ainda mais interessante

O Twitter é a rede social da moda e, por isso, muitos empreendedores começam a dar especial atenção à ferramenta. Consequentemente, você deve estar atento para não cometer erros.

Nada impede que você publique mensagens com objetivo de divulgar sua empresa, produto ou serviço, mas existe a maneira certa de abordar tais assuntos no Twitter. Não se pode simplesmente fazer um *spam*. Para evitar mal-entendidos e maus usos da ferramenta, apresentamos alguns conselhos a seguir.

Lembre-se de que para todas as redes sociais as regras são sempre muito semelhantes, senão iguais. Mas quais são elas na verdade? Neste novo modelo de comunicação, não temos total controle das mensagens, existe sim é uma relação entre consumidores/clientes e empresas.

A comunicação não pode e não deve estar centrada em golpes publicitários ou abordagens fabricadas. Apenas deve disponibilizar conteúdos onde e quando são necessários.

Também já está claro que o Twitter é muito mais que somente responder à questão "O que está acontecendo?". É uma forma de relacionamento que permite a troca de *links*, partilha de interesses, distribuição de notícias, mecanismo de *chat* e, também, um meio de divulgação dos negócios.

A comunicação é muito mais veloz e imediata do que qualquer outro meio, graças à limitação de 140 caracteres que são vistos e respondidos imediatamente por muitos leitores e repassados, se for o caso, ao longo dos dias seguintes, atingindo um número ainda maior de pessoas.

Talvez o erro mais comum das empresas ao criar uma conta no Twitter seja exatamente a tentação de entrar apressadamente para virar um fenômeno na internet. Melhor começar devagar, aprendendo a plataforma, como as coisas funcionam ou como os usuários reagem à presença da sua marca.

O ideal é que você mantenha uma linha de raciocínio no perfil. Por exemplo, se um dia você falar sobre um tema e outro dia falar algo nada a ver, ninguém vai ter interesse em segui-lo, pois você vai falar sobre qualquer coisa.

Outro ponto importante é utilizar a rede social com profissionalismo. Mesmo que fale com um amigo, mantenha a postura. Isso possibilita respeitar de forma igualitária os contatos. Seja atencioso com todos os comentários, seja como você é normalmente com uma pessoa.

Com relação às críticas, não tenha medo delas. Contate o *tweeter* infeliz e tente resolver a questão. Peça e encoraje a interação com os seguidores.

Mitos

Pouca gente se lembra do início, mas, em março de 2011, o Twitter completou seis anos de existência. Em português, a ferramenta foi lançada em 7 de junho de 2011, ou seja, não há desculpas, é para usar mesmo.

Neste tempo, a rede social conviveu com muitos mitos a seu respeito. Confira algumas verdades e mentiras sobre o serviço de *microblog*.

Veja na figura abaixo 10 mitos sobre o Twitter:

10 mitos sobre o Twitter

1. No início, o *site* se chamava *twttr.*
2. O primeiro tuíte publicado foi 'just setting up my twttr'.
3. A atriz americana Demi Moore foi a primeira usuária a ultrapassar 1 milhão de seguidores.
4. O recurso *hashtag* (#) foi sugerido por um usuário.
5. Em 2001, a 1ª ideia sobre o Twitter foi esboçada com o nome 'LiveJournal'.
6. Dilma Rousseff foi a personalidade mais comentada no Twitter em 2010.
7. O limite de caracteres foi criado, porque o serviço seria apenas para celular.
8. Em 2009, o astronauta Mike Massimino enviou o primeiro tuíte de fora do planeta.
9. O nome Twitter foi escolhido após pesquisa no dicionário.
10. Os fundadores do Twitter trabalhavam no Google quando tiveram a ideia.

1) Verdade. Os fundadores do *microblog* adaptaram o nome para *twttr* por causa da semelhança com o *Flickr*. Porém, para facilitar a pronuncia, as vogais foram adicionadas. **2) Mito**. O primeiro tuíte publicado foi "inviting coworkers", enviado pelo cofundador Jack Dorsey. **3) Mito**. O ator Ashton Kutcher, marido de Demi Moore, atingiu 1 milhão de seguidores em abril de 2009, após uma competição com a rede CNN para saber quem conseguiria atingir a marca. **4) Verdade**. Em 23 de agosto de 2007, a "hashtag" foi inventada pelo usuário Chris Messina, ex-funcionário do Google, que acreditava que o recurso poderia facilitar a conversa entre grupos. **5) Meia verdade**. Dorsey teve a ideia sobre o Twitter entre 2000 e 2001 quando entrou em um serviço chamado *LiveJournal* (diário em tempo real). Porém, ele nomeou o serviço de 'stat.us'. **6) Mentira**. Dilma Rousseff foi a segunda personalidade mais falada no *microblog* em 2010, ficando atrás apenas do cantor Justin Bieber. **7) Verdade**. A primeira ideia que o cofundador Jack Dorsey sugeriu era de um serviço em que o indivíduo usava mensagens SMS para se comunicar com um pequeno grupo. **8) Mito**. O primeiro tuíte vindo do espaço foi enviado pelo astronauta Timothy Creamer em janeiro de 2010. Ele escreveu: "Olá, 'Twitterverso'! Estamos tuitando ao vivo da Estação Espacial Internacional". **9) Verdade**. O dicionário mostra duas definições para Twitter: "uma pequena explosão de informações sem importância" e "pios de pássaros". Segundo os fundadores, ambas as definições eram perfeitas. **10) Mito**. Os fundadores trabalhavam na empresa *Odeo*, onde o primeiro protótipo do Twitter foi usado.

http://s.glbimg.com/jo/g1/f/original/2011/03/21/620x600_mitostwitter.jpg, acessado em 13/06/2011 às 17h22min

Algumas curiosidades

- O mesmo *tweet* pode provocar *unfollows* e RTs.
- Os mesmos utilizadores que se queixam dos outros pretendem impor regras de conduta e proclamam suas próprias normas.
- Os utilizadores que começaram a publicar postagens no Twitter acabaram por republicar os seus *tweets* no *blog*.
- Ainda que seja para escrever o que está fazendo, o mais interessante é ler o que os outros estão fazendo.
- Nunca tivemos que ler tanto para escrever tão pouco.
- Quando aprender para que serve, já não saberá mais como deixar de usar.
- Se tivesse mais de 140 caracteres, não seria tão bom. Se tivesse menos, também não.

O brasileiro no Twitter

Se após tudo o que você leu, ainda não se convenceu da importância de estar presente no Twitter, ou se você acha que os internautas brasileiros não utilizam redes sociais, observe o quadro a seguir:

- 86% dos internautas utilizam mídias sociais no Brasil.
- 74% dos internautas utilizam mídias sociais nos Estados Unidos.
- 63% dos internautas utilizam mídias sociais na Alemanha.
- 59% dos internautas utilizam mídias sociais na Suíça.

Em pesquisa realizada pela agência paulista Bullet, em junho de 2011, foi desvendado o perfil do usuário brasileiro do Twitter: 61% são homens jovens, entre 21 a 30 anos, solteiros, geralmente graduados em ensino superior e que estão acostumados a ficar mais de 50 horas conectados.

Segundo a pesquisa, para a empresa que deseja atingir este usuário, o momento é este! 53,6% dos internautas acham interessante ações publicitárias na ferramenta, desde que com relevância. Quase a metade dos entrevistados (51%) nunca participou de ações promocionais no Twitter, porém possui interesse. Cerca de 70% seguem ou já seguiram perfis de empresas, eventos ou campanhas publicitárias. Então, aproveite!

CONSIDERAÇÕES **FINAIS**

O Twitter já possui mais de 175 milhões de usuários ao redor do mundo. Diante de um público tão grande, micro e pequenas empresas não devem ficar de fora, ainda mais que a ferramenta é febre nacional há quase um ano e que, muito recentemente, está disponível na língua portuguesa.

Praticamente todos os empreendimentos de grande porte já estão presentes no Twitter. Segundo o *site* Mundo do *Marketing*, pesquisa de abril de 2011, 92% das empresas brasileiras utilizam a ferramenta para se relacionar com clientes. Aliás, questionar a utilidade das redes sociais para o crescimento das empresas já é ultrapassado!

Essa ferramenta, embora relativamente recente – tem seis anos –, está entre as que possibilitam o maior grau de interatividade entre empresa e cliente – e também clientes potenciais. Siga o caminho das grandes corporações e aproveite as potencialidades das redes sociais, especialmente o Twitter, para construir um relacionamento de verdade com seu público.

Com as instruções desta cartilha e muita dedicação, sua empresa pode estar hoje mesmo usufruindo dos benefícios que o Twitter proporciona.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. **The Long Tail**. Tradução de Afonso Celso da Cunha. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ERCÍLIA, Maria. GRAEFF, Antonio. **A internet**. São Paulo: Publifolha, 2008.

G1**. 10 mitos sobre o Twitter**. Disponível em: <*http://g1.globo.com/especiais/10-mitos-sobre/noticia/2011/03/10-mitos-sobre-o-Twitter.html*>. Acesso em: 31 de maio de 2011 às 15h43min.

GLADWELL, Malcolm. **O ponto de desequilíbrio**. Tradução de Talita Macedo Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

GODIN, Seth. **Permission Marketing:** turning strangers into friends, and friends into customers. Nova Iorque: Simon & Schuster, 1999.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MILLER, Michael: **YouTube for business:** online video marketing for any business. QUE, 2008.

PINTO, Sandra Rita Bento. **Dominando as ferramentas do Google**. São Paulo: Digerati Books, 2007.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva**. Rio Janeiro: Campus, 1989.

TAPSCOTT, Don. WILLIAMS, Anthony. **Wikinomics:** como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

VAZ, Adolpho Conrado. **Google Marketing:** o guia definitivo de marketing digital. São Paulo: Novatec Editora, 2008.

SEBRAE
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
0800 570 0800
BUSCAR
SEBRAE MAIS E SEBRAETEC
SOLUÇÕES QUE AJUDAM A
PEQUENA EMPRESA A
CRESCER

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas