

Título: As aventuras dos empres@rios no twitter

Veículo: Revista Dinheiro - SP **Seção:** Mercado digital **Centimragem:** 1587,0

Página: 40 a 42

Data: 18/08/2010

Valor: 198.771,75

Mercado  Digital

AS AVENTURAS DOS EMPRES@RIOS NO

TWITTER



De Abilio Diniz a Bill Gates, passando por Eike Batista e Donald Trump, alguns dos maiores executivos do Brasil e do mundo já aderiram à rede social. O que eles estão fazendo lá?

Bruno GALO

Eike Batista, presidente do Grupo EBX
Perfil: @eikebatista
Segue: 8
Seguido por: 90 mil
Tweets: mais de 3.600 desde o início



Abilio Diniz, presidente
do Grupo Pão de Açúcar
Perfil: @abilio_diniz
Segue: 33
Seguido por: 39 mil,
Tweets: 578 desde o
início

"Peço desculpas, em meu nome e do Grupo, aos brasileiros e, principalmente, aos jogadores da seleção." As palavras são de Abilio Diniz, presidente do grupo Pão de Açúcar, ao mostrar sua indignação pelo erro do *jornal Folha de S.*

Paulo, que publicou um anúncio do hipermercado Extra sobre a eliminação da Seleção Brasileira da Copa do Mundo.

Problema: o time brasileiro havia acabado de vencer o Chile e passado para a próxima fase. Para fazer isso, Abilio não precisou de muito esforço. Não foi necessário preparar um comunicado oficial. Muito menos organizar uma coletiva de imprensa. Sentado confortavelmente em sua sala, com o PC na sua frente, bastou digitar 140 caracteres para passar a mensagem não só para jornalistas, mas para mais de 38 mil pessoas que o seguem no Twitter. Eike Batista, que aderiu recentemente ao serviço de microblog, despediu-se certa vez dos seus mais de 87 mil seguidores com a seguinte mensagem: "Buenas madrugadas! Acabou a gasolina do Porsche", escreveu às 4 horas da manhã, se comparando ao carro de luxo. Em outra ocasião, respondeu a um usuário que queria saber se doaria parte de sua fortuna, como haviam anunciado 40 empresários ameri-

canos, apoiados por Bill Gates e Warren Buffett. "Eles estão se aposentando, eu só estou começando!", escreveu de seu BlackBerry, sem se preocupar com acentos ou cedilhas.

Abilio Diniz e Eike Batista representam as duas faces dos empresários brasileiros no Twitter, serviço de microblog que surgiu em 2006 e já tem mais de 125 milhões de usuários cadastrados no mundo. O homem forte do Pão de Açúcar usa a ferramenta para falar sobre seu time de futebol e se comunicar oficialmente com seus seguidores. "Minha presença no Twitter não está relacionada à companhia, mas é impossível dissociar uma coisa da outra e eu também não quero isso", disse Diniz à DINHEIRO. Essa é a primeira lição que os empresários que aderem ao Twitter devem aprender: não há separação entre pessoa física e jurídica na web. Por sua vez, o homem mais rico do Brasil abusa dos erros de português e da informalidade, comete gafes e até já anunciou a criação de um novo negócio (em seus primeiros tweets divulgou a ITX, sua suposta empresa na área de tecnologia). "O Twitter ajuda a mostrar que sou uma pessoa normal", disse Eike à DINHEIRO. E justifica os erros de grafia. "Fui alfabetizado em alemão."

5 regras para empresários twitteiros

- 1º Você é a empresa**
Na internet, não existe diferença entre a pessoa física e a jurídica. Tudo o que você diz vai estar ligado ao que você faz ou ao que representa
- 2º Escreva corretamente**
Não é de bom tom abreviar e evitar acentos. Lembre-se: você é um líder e deve dar o exemplo
- 3º Evite excessos**
O que se espera de um grande executivo é a ponderação. Desabafar na internet não ajuda a sua imagem
- 4º Não venda, converse**
Usar o Twitter para anúncios e assuntos da empresa não é o melhor caminho. Aproveite para dialogar com os consumidores e seguidores
- 5º Seja discreto**
Não comente sobre negócios em andamento nem sobre detalhes que coloquem em risco sua segurança

Fontes: Charlene Li, Patrícia Peck, Alessandro Barbosa Lima, Rafael Kiso e Bruce Philp

Ao aderir ao Twitter, os empresários ganham um canal direto de comunicação com os seus clientes. É uma maneira de ouvir o que eles têm a dizer, mas também de diálogo como nenhuma outra ferramenta permite de forma instantânea. “Os tweets são como os balões de diálogos dos quadrinhos”, declarou à DINHEIRO Mauricio de Sousa, o pai da Turma da Mônica, que tem mais de 100 mil seguidores. Como líderes, esses empresários devem evitar a tentação de vender ou promover seus produtos e empresas. “O Twitter per-

mite que sejamos mais pessoais com nossos clientes e, dessa forma, construímos relacionamentos ao longo do tempo”, ensina Tony Hsieh, CEO da Zappos, loja online de sapatos comprada pela Amazon por US\$ 1,2 bilhão. Com mais de 1,7 milhão de seguidores, ele é um dos empresários mais seguidos dos EUA, à frente de Bill Gates (1,2 milhão de seguidores) e do CEO da Google Eric Schmidt (118 mil).

Muito mais importante do que o número de seguidores, é a conversa que se estabelece. “A presença nesses sites mostra o nosso interesse em estar próximo, ouvir nossos consumidores, gerando um vínculo de confiança”, diz Abilio à DINHEIRO. Neste quesito, Eike Batista é o mais profícuo. Em menos de dois meses na rede social, já acumulou mais de três mil mensagens. Boa parte em resposta a outros usuários. Recentemente, ele

lançou um desafio para que os seus seguidores escrevessem sobre seu modelo de empreender, o Visão 360°. Os autores das 20 melhores respostas foram convidados para conhecer o grupo EBX.

A presença de grandes empresários no Twitter só confirma a importância crescente das mídias sociais para empresas e marcas. De acordo com o Ibope Nielsen Online, 86% dos brasileiros que acessam a web navegam por redes sociais. No Brasil, 70% das corporações as usam ou monitoram, segundo estudo da Deloitte. Nos EUA, 65% das maiores companhias já aderiram. Certo ou errado, vale lembrar de Chacrinha, o apresentador de tevê que fez fama pelo seu jeito espalhafatoso e pelas frases de efeito: “Quem não se comunica, se trumbica”, repetia. Na era do Twitter, nunca foi tão fácil se comunicar e também se “trumbicar”. 

QUEM USA O TWITTER



Dados até 11 de agosto de 2010 * desde o início