



A importância do *advocacy* e o desenvolvimento do ecossistema

Matheus Bitencourt Rangel Dantas

Em um mundo cada vez mais competitivo e acirrado é recorrente que as empresas invistam em diversas formas para atrair novos clientes e engajar os funcionários, pois estes desempenham suas funções com melhores resultados do que comparado aos demais. Para muitos, conseguir tal feito demandaria demasiado esforço e recursos, porém a resposta pode estar dentro da própria companhia, ou seja, em seus funcionários e é nesse momento que entra o *advocacy*.

Sem uma tradução livre para o Português, o termo pode ser entendido como uma estratégia de motivação e engajamento dos funcionários, tornando-os defensores da marca, com o intuito de conquistar mais clientes, ganhar credibilidade e exposição nas redes sociais. Este defensor acredita no propósito, espalha a mensagem, representa a empresa em eventos e ajuda a criar um ambiente mais propício à inovação.

Os benefícios do envolvimento dos colaboradores vão desde maior motivação até melhores índices de produtividade, resultando em clientes mais satisfeitos, pois suas experiências são enriquecidas ao se deparar com funcionários mais engajados, com sentimento de pertencimento e lealdade. Para o funcionário, é uma oportunidade de maior visibilidade e crescimento, além de uma chance de praticar a criação de conteúdo.

Hoje em dia, com as redes sociais, uma empresa que não usufrui de *advocacy* perde a chance de ter sua mensagem espalhada com maior alcance e probabilidade de ser vista, pois é mais fácil ler e se interessar por um conteúdo de um amigo do que de uma companhia. Porém, isso demanda uma mudança na cultura da empresa para que seja, de fato, praticada. O funcionário precisa estar em um ambiente que o motive e a empresa precisa garantir tal fato.

Mais do que isso, o *advocacy* transcende as paredes do escritório, pois é um método para fazer com que a marca esteja viva e presente na vida das pessoas, em outras palavras, no ecossistema em que está inserida. Esse ecossistema é composto por instituições de ensino, comunidade de desenvolvedores e por outras empresas.

No caso do primeiro elemento, as instituições de ensino, porque são nelas em que os futuros profissionais estão inseridos e onde eles podem ter o primeiro contato com a marca. É uma estratégia

de recrutamento de talentos também, pois é gerado o sentimento de querer fazer parte do time da empresa.

Já sobre a comunidade de desenvolvedores, é importante salientar que são os profissionais da ativa, os que podem influenciar nas decisões das empresas em que estão inseridos. Mais desenvolvedores ativos falando da sua marca gera maior confiança e credibilidade. Sobre esse tópico, vale ressaltar a importância de estar inserido nos eventos, tanto como ouvinte ou na criação destes, garantindo maior oxigenação para os participantes.

Acerca do ecossistema no aspecto de outras empresas, o foco é maior em torno da geração de novos negócios. Criar um ambiente favorável e dar todo suporte e infraestrutura para que isso ocorra é uma decisão acertada no caminho de crescimento de receita.

E, se o objetivo é estar presente nas instituições de ensino, nas comunidades técnicas e em outras empresas, quem melhor do que os defensores da marca para realizar tal trabalho. Profissionais que

“vestem a camisa da empresa”, espalham a mensagem e estão capacitados para passar o conhecimento sobre novas tecnologias, se tornando referências nas áreas de interesse.

Sendo assim, no momento em que uma empresa decidir investir em engajar seus funcionários e implementar essa nova cultura, a satisfação e motivação desses colaboradores tende a aumentar, deixando-os encantados a ponto de querer compartilhar e transmitir seu

amor pela marca para amigos e clientes, além de quererem fazer carreira na empresa, pois se sentem mais valorizados para isso. E esses defensores encantam a todos, fortalecendo o ecossistema da empresa.

Com isso, todo mundo ganha: a empresa, o funcionário, o estudante, o desenvolvedor e a sociedade como um todo, com mais conhecimento sendo compartilhado em prol de um futuro melhor.

Para saber mais

<https://getbambu.com/blog/what-is-employee-advocacy/>

<https://www.socialmediaexaminer.com/9-reasons-your-company-should-use-brand-advocates-new-research/>

<https://business.linkedin.com/en-uk/marketing-solutions/blog/posts/content-marketing/2017/The-amazing-multiple-benefits-when-an-employee-shares-content>