

# **BOOM**

De Mídias Sociais

## *Índice*

**A Oportunidade da Mídia Social para Negócios  
Isso Não é um Livro**

**Onde a Mídia Social É Tão Social? Quão Social É Você?**

**OPORTUNIDADE DE BOOM!  
A Expansão da Mídia Social Está Aqui e Você Está em Baixa!**

**Revolução Social e sua Evolução**

**Mídia Social – A Nova Chamada Fria. Quer Brincar?**

**Você Está no Mundo da Mídia Social? Ou Está Esperando na Calçada?**

**Convertendo a Mídia Social Pessoal em Mídia Social para Negócios**

**Mídia Social ou Mídia Social PARA NEGÓCIOS? Você Escolhe**

**Coluna dos visitantes: Nove Maneiras de Fascinar o Peixe Dourado  
Por Sally Hogshead**

**Coluna dos visitantes: A Mídia Social é Correta para Todos os  
Negócios? Por Mitch Joel**

**Coluna dos visitantes: A Porta Secreta: Oito Passos e Você Está DENTRO!  
Por Richard Brasser**

**O BOOM DO FACEBOOK!  
A Diferença entre Mídia Social e Mídia Social para Negócios no Facebook... 69  
Ah, Não, Facebook Não! AHHHHHHHHHHHHHHH!!**

**O Que Eu Deveria Tuitar? O Que Eu Deveria Postar? Como Eu Deveria *Linkar*?**

**Começar sua Própria Página de Negócios no Facebook**

**O BOOM DO LINKEDIN!  
A Diferença entre Mídia Social e Mídia Social para Negócios no LinkedIn**

**Coluna dos visitantes: Os Quinze Imperativos do LinkedIn  
Por Joe Soto**

**Coluna dos visitantes: A Venda é Social. Como Alavancar a Mídia Social para Fazer  
Vendas  
Por Noah Rickun**

**Coluna dos visitantes: LinkedIn para Qualquer Um e para Todos Pelos LinkedIn  
Rockstars, Mike O'Neil e Lori Ruff**

**O BOOM DO TWITTER!  
A Diferença entre Mídia Social e Mídia Social para Negócios no Twitter**

**Eu Tuito, portanto, Eu Sou. Quem Sou Eu?**

**Entendendo o Twitter e o Poder do Retuite**

**Sandy Carter Lidera (socialmente) da Fileira da Frente**

**Coluna dos visitantes: Bem-vindo à Festa de Coquetel Definitiva  
Por Sally Hogshead**

**Coluna dos visitantes: Três Coisas que as Empresas Deixam Passar totalmente sobre o Twitter  
Por Mark Schaefer**

**Coluna dos visitantes: As Doze Coisas que Aprendi sobre o Twitter  
Por Chris Hamilton**

**Tuites de Jeffrey Gitomer Relacionados à Mídia Social**

**O BOOM DO YOUTUBE!  
A Diferença entre Mídia Social e Mídia Social para Negócios no YouTube**

**Coluna dos visitantes: Como Ter Sorte no YouTube  
Por Julien Smith**

**A COLA!  
BLOG, BLOG, BLOG**

**O Processo de Cola**

**O Poder da sua Revista Eletrônica (e-zine)**

**Tem Valor?  
Socorro, Eu Quero Escrever, Mas Não Sei Como!**

**Coluna dos visitantes: As Quatro Regras do Marketing de Boca a Boca  
Por Andy Sernovitz**

**Coluna dos visitantes: Mídia Social para Negócios. Perspectiva de um Carreirista  
Por Shar Govindan**

**Você é um Funcionário ou uma Pessoa?**

**Seu Plano de Ação da Mídia Social para Negócios (Pessoal)**

**Ace of Sales (Às de Vendas) está Pronto para a Mídia Social**

**Fórmula para o Sucesso da Mídia Social para Negócios: Atrair,  
Engajar e Conectar Pessoas**

**Eu Posso Ajudá-lo pessoalmente em sua Busca pelo BOOM de Mídias Sociais!**

**Este Livro Nunca Vai Acabar**

**Quem é Jeffrey Gitomer?**

**Outros Títulos de Jeffrey Gitomer**



# **OPORTUNIDADE DE BOOM!**



# A Expansão da Mídia Social Está Aqui e Você Está em Baixa!

Toda vez que estou de frente a um público, eu faço duas perguntas:

1. Quantos de vocês têm algum envolvimento com a mídia social? (Quase todos levantam as mãos.)
2. Quantos de vocês gostariam de ser melhores nesta empreitada? (Quase todos levantam as mãos.)

Tenha em mente que essas respostas são de um grupo (supostamente) sofisticado de pessoas.

Todos eles têm *smartphones*; a maioria recebe as atualizações do Facebook em seus celulares, mas, por um motivo ou outro, eles escolheram não entrar no mundo da mídia social *para negócios*. Muitos estão no LinkedIn e têm poucas conexões, quase nenhum deles usa o Twitter e apenas alguns têm seu próprio canal no YouTube.

**REALIDADE:** Algumas empresas GRANDES entraram com tudo na mídia social, ao passo que outras ainda se encontram com a cabeça enterrada na areia ou estão brincando de EU TAMBÉM, porque acordaram uma manhã e viram a concorrência ganhando terreno por meio da presença proeminente e ativa na mídia social. Ainda assim, outras alegam que os “regulamentos” não permitem que elas se envolvam.

*Aqui estão alguns exemplos de grandes empresas que têm tirado GRANDES vantagens da mídia social para negócios:*



- A Starbucks pede a opinião dos clientes e solicita suas ideias. (De onde você acha que veio a ideia daqueles *splash-stopper sticks* (vareta antiderramamento)?)
- O Burger King continua deixando que os clientes “façam do seu jeito” on-line com informações e cupons.
- A IBM usa todos os aspectos da mídia social e tem planos para dobrar seus esforços em 2011 ao confiar e encorajar seus funcionários a se envolverem mais em um nível pessoal de negócios com seus clientes.
- A Procter & Gamble tem tudo a ver com o Facebook e substituiu os anúncios na TV pela presença na mídia social. (UOU)
- A Ford usa a mídia social como um dispositivo de RP e para obter *feedback* dos consumidores.
- A Comcast envia tuites com mensagens de ajuda individualizada para o atendimento ao cliente.
- A Zappos (como se eles já dominassem o atendimento ao cliente) envia tuites sobre suas respostas de serviços, e como resultado recebem MILHARES de mensagens positivas pelo Twitter.

Todas essas empresas, B2B ou B2C, enfatizam a mesma palavra em sua filosofia e seu alcance: COMUNIDADE.

Todas elas reconhecem que seus clientes têm voz e, ao escutarem e responderem a eles, estão descobrindo benefícios e lucros.

Esses NÃO são exemplos isolados – são exemplos típicos de como as grandes empresas estão usando o poder da mídia social para informar, comunicar, servir e vender.

Como você está fazendo? Qual a sua estratégia de “comunidade”? Quem você está ouvindo? A quem você está respondendo?



Você ainda está atendendo o seu telefone e “me servindo melhor” com nove opções? Patético.

*Aqui estão 6,5 perguntas DIFÍCEIS elaboradas para te fazer pensar, planejar e agir:*

1. O que você está fazendo sobre a oportunidade da mídia social?
2. Como você está atraindo clientes e prospectos?
3. Qual a sua mensagem de valor além das ofertas de produtos?
4. Como você está envolvendo os clientes e prospectos?
5. Como você está se conectando com as pessoas que você envolve?
6. Quais são seus planos para dobrar a mídia social?
- 6,5. Quais políticas, questões de confiança e advogados estão te segurando? Livre-se deles!

Essas são questões dolorosas que precisam ser respondidas.

**REALIDADE:** Enquanto você fica aí elaborando estratégias e legalizando um plano, sua concorrência está rindo de você, esperando que você demore muito mais.

Eu tuitei esta citação ontem à noite:  
“Quanto mais você impede as pessoas  
de usarem a mídia social no trabalho,  
mais a sua concorrência  
lhe passará a perna”.

**PODER DO TUIITE:** Em menos de uma hora depois de essa citação chegar na internet, mais de 50 pessoas haviam tuitado de volta e mais de 100.000 haviam sido expostas à mensagem. E a mim. DE GRAÇA.



As pessoas fizeram as seguintes declarações, ou fizeram as seguintes perguntas, cada vez mais:

- **Como eu posso usar a mídia social para atrair novos clientes?**
- **A mídia social não é para crianças?**
- **Eu nunca tuitei.**
- **Eu tentei a mídia social e não obtive resultados.**
- **Meu chefe não nos permite usar o Facebook no trabalho.**

*E esta é a minha resposta:*

Indivíduos (como você) conseguem seguramente estabelecer sua própria página de **NEGÓCIOS** baseada em valor e em mensagem no Facebook **DENTRO** dos parâmetros e das diretrizes das suas empresas.

E podem fazer o mesmo com o LinkedIn, Twitter e YouTube.

**PROBLEMA:** Isso exige trabalho árduo e postagens constantes.

**OPORTUNIDADE:** Você pode ser reconhecido pelos seus clientes, prospectos, fornecedores, indústria e comunidade como um líder e provedor de valores.

**DICA PRINCIPAL:** Comece hoje!

**A mídia social para negócios  
é uma enorme oportunidade  
AGORA. Sua habilidade  
em atrair pessoas para  
sua presença é realçada  
pelos relacionamentos de  
valor que você estabeleceu  
durante a sua carreira em  
negócios.**

***JEFFREY GITOMER***





## Revolução Social e sua Evolução

A revolução social mudou para sempre a maneira de vender e servir. O único problema é que a maioria dos vendedores não tem ideia disso – AINDA!

À medida que a mídia social para negócios evolui e amadurece, todos os vendedores, executivos e empresários se exporão pelo o que são e pelo que não são...

**BEM ANTES** de uma ligação de vendas ou reunião de vendas acontecer.

*Pense sobre o impacto disso...*

- **Eu vou Googá-lo.**
- **Eu vou encontrá-lo no Facebook.**
- **Eu vou encontrá-lo no LinkedIn.**
- **Eu vou procurá-lo no Twitter.**
- **Eu vou buscá-lo no YouTube.**

E ninguém vai conseguir me parar.

Vou descobrir **EXATAMENTE** quem você é – da mesma maneira que você vai tentar descobrir coisas sobre mim.



Dois anos atrás as coisas não teriam acontecido dessa maneira. Pelo menos no lado da mídia social. Talvez cinco anos para o Google.

**Hoje todos os sistemas de vendas são precedidos, e algumas vezes excluídos, pela sua reputação on-line. Bem antes de eu ligar para você, antes de você ligar para mim, antes de nos encontrarmos, eu já sei tudo que preciso sobre você.**

Ou eu posso pesquisar sobre você em 10 segundos ENQUANTO você está no telefone ou esperando para entrar no meu escritório.

*Aqui estão os novos padrões pelos quais você será avaliado, considerando a hora da visita, decidido, medido, marcado e comentado (nossa!).*

**Sua presença e classificação no Google.**

**Sua reputação on-line.**

**Sua presença na mídia social para negócios.**

**Seu *site* pessoal na internet (presente ou ausente).**

**Seu *blog* (presente ou ausente).**

**Sua presença no Facebook.**

**Suas conexões e recomendações no LinkedIn.**

**Seus seguidores no Twitter e os tuites.**

**Sua presença no YouTube.**



Você está se sentindo um pouco sobrecarregado? É porque você está dormindo ao volante esperando pela economia “se recuperar”. É porque você acha que a internet é sobre a sua empresa, não você. É porque você está esperando que seus advogados encontrem um “plano corporativo” para a mídia social.

Acorde e sinta o cheiro da internet, amigo!

Aqui estão algumas coisas que você deveria fazer, e pode fazer – pois se você não fizer, estará “danado”:

- **Veja o que seus concorrentes e seu pessoal estão fazendo na internet.** Estude a presença on-line deles e a sua presença na mídia social.
- **Fale com seus clientes DETALHADAMENTE.** Descubra o que eles consideram valioso saber, e faça um plano para transmitir essas informações, não importando se elas pertencem às suas vendas ou não. DICA: Se você proporcionar informações valiosas, elas pertencem diretamente aos seus relacionamentos e a lealdade deles para com você.
- **Aloque mais tempo para aprender o que você não sabe sobre “on-line”.** No mínimo uma hora por dia. Se você estiver atrás de acordo com os padrões de sua concorrência, é uma coisa; mas se você estiver atrás pelas necessidades de seus clientes, esta é a questão. Se você não sabe o que fazer, estude e comece a se envolver.
- **Estabeleça metas executáveis e meça seus resultados.** Comece com o LinkedIn. Faça 200 conexões e expanda sua rede social a partir daí. Crie




alguns vídeos testemunhais no YouTube que mostrem seus clientes falando como você é excelente.

- **Comunique as mensagens de valor, não as ofertas de produtos.** O propósito da sua presença on-line (especialmente na mídia social) não é vender, mas sim atrair pessoas que querem comprar.
- **Procure ajuda profissional. MAS CUIDADO.** Obtenha referências pessoais ANTES de gastar um centavo. Existem muitas pessoas que podem ajudá-lo. Existem muitos mais que ALEGAM que podem ajudá-lo, mas não podem.
- **Esperar é mais caro do que começar.** Qualquer que seja seu orçamento para presença on-line e/ou na mídia social, é mais barato quando comparado com não fazer nada enquanto os outros passam por você.

A mídia social não irá embora. Eu aposto que a sua presença na mídia social para negócios está falha. E não há realmente uma boa desculpa para isso, além de que sua visão está limitada pela sua miopia.

Espero que as estratégias e ideias neste livro possam ajudá-lo a dar o pontapé inicial para aquilo que esteja fazendo on-line – especialmente sua participação na mídia social – para que não se arrependa (também conhecido como percepção tardia).

**Dica do  Git Grátis...** Você quer saber três dicas para viver sem arrependimentos? Vá para <http://www.gitomer.com> e insira a palavra REGRET na caixa de Gitbit.



## Mídia Social – A Nova Chamada Fria. Quer Brincar?

As pessoas são bastante polarizadas a respeito da loucura da mídia social.

É um cabo de guerra na internet entre aqueles que creem e aqueles que não creem. E de um em um, os crentes (os usuários) estão trazendo os não crentes (os não usuários) para o seu lado.

E quem é você?

Ainda faz chamadas frias?

**REALIDADE:** Milhões de empresas têm os logotipos da mídia social na página frontal de seus *sites*. Quantas empresas têm o seu logotipo na página frontal? Quem quer se conectar com seu pessoal? AI, AI!

*Aqui estão 5,5 das principais implicações comerciais – para ajudá-lo a se converter de chamadas frias para atrair novos clientes –, as quais você consegue manter por meio deste novo fenômeno on-line.*

**1. Facebook.** Você encontrou seus antigos colegas do colegial ou da faculdade, ou melhor, eles te encontraram. Esta é sua página “social”. Você tem uma página de negócios onde as pessoas podem te “curtir”? Uma página de negócios é uma maneira de dar valor e atrair novos amigos e clientes. Se você postar algo de VALOR sobre seu mercado, sua indústria ou seu produto, você poderá realmente ATRAIR prospectos.

**BITS DE REALIDADE:** O Facebook foi recentemente avaliado em US\$ 9,5 bilhões. Ele foi fundado por dois rapazes de 24 anos de idade que mudaram a internet para sempre em menos de seis anos.



**2. LinkedIn.** Todos os negócios, toda a oportunidade, todas as conexões. Mas é apenas um clube de prospectos gigante até que você descubra qual é a sua proposta de valor, e como transmiti-la. A chave agora é construir uma base de conexões e consistentemente transmitir mensagens de valor para atrair mais.

**3. Twitter.** A mais nova dessas mídias sociais é uma incoerência para alguns, dinheiro para outros e um mistério para a maioria. Eu tuito uma mensagem de valor todos os dias. Eu tuito meus próprios pensamentos e palavras. E eu recomendo que você faça o mesmo. Se seu tuite alcançar o objetivo, alguém dirá para outro alguém, aumentando assim sua exposição e atração.

**4. YouTube.** Se é um mundo de vídeos, por que você não está carregando sua câmera de vídeo HD Flip? Como você já sabe da MTV, os vídeos mataram a estrela do rádio. Eu tenho um canal dedicado no YouTube onde posto dicas de vendas e discursos aleatórios sobre atitude, confiança, lealdade e outros pontos de valor comercial. Como *você* está tirando vantagem do YouTube? Onde estão os testemunhos em vídeo de seus clientes quando você precisa deles?

**5. Flickr.** Para postar e encontrar fotos. Em 10 anos, os quiosques de revelação de fotos em uma hora foram de expansão para contração. As câmeras digitais e as impressoras de fotos mataram a estrela do rádio. Veja as fotos de outras pessoas para aprender sobre elas; coloque fotos da sua família para que os outros possam saber sobre você. Anexe suas fotos nos e-mails. Use-as em apresentações de slides. Coloque-as no Facebook. Além de divertido, é uma maneira excelente de desenvolver entendimento e relacionamentos.

**5,5. É Você.** O elemento mais importante da mídia social é *você*. Tem tudo a ver com o que você escreve, o que faz, o que posta, o que tuita, o que fotografa, o que grava, como



participa e sua dedicação para tornar a sua mensagem pessoal e sua marca pessoal atrativas.

Existem palavras-chave a serem consideradas quando você tenta construir seu mundo da mídia social: conexões, atrair, vídeo, valor, consistente, fãs, relevância, escrever, alocar, monetizar.

**AQUI ESTÁ O GRANDE SEGREDO:** Como você se posiciona e se promove no mundo da mídia NÃO social é crítico para seu sucesso no mundo da mídia social.

Sua escrita, seu *site*, seu *blog*, sua revista eletrônica, sua marca pessoal, sua reputação no seu mercado, seu valor percebido no seu mercado e sua classificação no Google são elementos de atração que afetam seu *status* na mídia social – e certamente seu sucesso.

Então existem os charlatões, e aqueles que tentam injustamente se aproveitar dos outros. Assim como em qualquer outra coisa nos negócios, sempre haverá uma porcentagem pequena de idiotas e fanáticos fazendo a coisa errada. Ignore-os. Não deixe que as ações de alguns estraguem sua perspectiva para avançar e crescer.

**REALIDADE:** As chamadas frias têm sido parte do mundo de vendas por mais de 100 anos. E já eram. Tecnologia, guardas, porteiros, correio de voz e a sofisticação geral de compradores e executivos mudaram para sempre este cenário. Esta é uma notícia EXCELENTE!

**TORNE-SE SOCIAL:** Ao implementar as oportunidades gratuitas proporcionadas pelo Facebook, Twitter, YouTube, Flickr e ESPECIALMENTE LinkedIn, você tem uma oportunidade incrível de atrair e se conectar com os compradores prospectivos.

Existem bilhões de dólares de novos negócios sendo gerados ao fazer conexões na mídia social. Quantos desses você



terá? Talvez você tenha de ficar um pouco mais sério sobre tornar-se um pouco mais social, e um pouco mais atrativo.

## Você Está no Mundo da Mídia Social? Ou está Esperando na Calçada?

A mídia social mudou o mundo. Deixe-me esclarecer esta declaração. A mídia social mudou o SEU mundo.

O que quer que você esteja fazendo on-line, seja navegando pelo Facebook, pelo LinkedIn, tuitando ou pelo YouTube, a mídia social mudou a maneira de como se comunicar de um para um, de um para uma base de clientes e de um para o mundo.

**O FACEBOOK É O FENÔMENO MAIS FÁCIL DE ENTENDER.** Ele mudou a maneira de como você se comunica com seus amigos e sua família, e abriu a porta da liberdade para todos aqueles com os quais você entra em contato, seja de forma comercial seja de forma pessoal.

No Facebook, você encontrou amigos antigos, colegas de classe e colegas de trabalho – e eles te encontraram. Da mesma maneira, você poderá descobrir clientes e clientes prospectivos – e eles poderão te encontrar.

Por causa da mídia social e da internet, as grandes empresas não têm mais uma vantagem maior.

Qualquer pessoa pode criar um *blog* de notícias que pode imediatamente tentar competir com o *The New York Times*. A indústria da música tem sido nivelada pelos grupos que apresentam suas próprias músicas e as vendem no iTunes, e grupos que criam vídeos de graça no YouTube. Eles estão fazendo isso mais eficientemente, com muito menos custo do que os álbuns ou CDs desde quando foram inventados.





**O LINKEDIN CRIOU UMA NOVA MANEIRA DE FAZER UMA CHAMADA FRIA E UMA MANEIRA MAIS SOFISTICADA PARA AS EMPRESAS SE CONECTAREM.** Você pode ir ao LinkedIn e buscar por título de emprego e encontrar clientes prospectivos sem custo nenhum. Ele é também a agência de emprego do futuro.

**O TWITTER LHE PERMITE GANHAR UM SEGUIMENTO DE PESSOAS INTERESSADAS EM SEUS PENSAMENTOS, SUAS INFORMAÇÕES OU AS INFORMAÇÕES DE OUTROS QUE ELES VEEM COMO VALIOSOS.**

**O YOUTUBE É O NOVO CINEMA E VOCÊ TEM APROXIMADAMENTE UM BILHÃO DE VÍDEOS PARA ESCOLHER.** Milhões de filmes novos são adicionados todos os dias. Se você já ouviu a expressão “Nas nuvens”, o YouTube atualmente ocupa metade do céu.

As pessoas que estão fazendo entrevistas de emprego se expõem completamente por meio de sua presença no Facebook, LinkedIn e YouTube da mesma maneira como uma empresa é exposta na mídia social. Ainda assim existem pessoas que desdenham da mídia social, evitam-na ou mesmo falam mal dela. Essas pessoas são tolas e você conhece algumas delas.

**REALIDADE:** A mídia social e a mídia social para negócios criaram novas vendas, novo marketing, nova exposição, novas marcas, nova comunicação, nova rede social e novas oportunidades de negócios – os quais provavelmente nunca foram vistos ou conhecidos anteriormente.

A revolução está apenas começando, e a maioria das empresas, dos homens de negócios, dos executivos de negócios e dos vendedores ainda é inepta na mídia social.

**VEJA BEM:** Existem poucas coisas ou ações, e poucas pessoas OU circunstâncias que podem mudar as regras do jogo. A mídia social mudou todos os quatro.



Pessoas, circunstâncias, coisas e ações foram todas mudadas para sempre como resultado de postagens, tuites, *links* e conexões. E as pessoas que se aproveitaram disso tudo mudaram seu alcance de maneira que fizeram com que todos seus concorrentes tradicionais tremessem nas bases.

*Pense sobre seu lugar na mídia social quando planeja seu alcance de marketing para os próximos 10 anos, e faça as seguintes perguntas a si mesmo:*

1. Qual é minha posição atual em meu mercado?
2. Como meus clientes me percebem?
3. Meus clientes conseguem acessar minha empresa 24 horas por dia, 7 dias por semana, para comentários ou contar histórias?
4. Eu realmente sei o que minha concorrência está pensando e dizendo?
5. Quão atrativo eu sou para os meus clientes?
6. Qual a minha proposta de valor que favorece meus clientes e como eu os deixo saberem disso, dia após dia, sem simplesmente repeti-la?

Tenho estado ativamente envolvido na mídia social por apenas três anos. Este ano vou sair com tudo para atrair, engajar e me conectar. Contratei uma empresa de consultoria para me ajudar. Tenho três pessoas no meu quadro de funcionários postando eventos, monitorando minhas contas e me ajudando.

**AUTENTICIDADE:** Eu faço meus próprios tuites, seja ditando-os ou postando minhas atualizações no Facebook, e sou ativo (aceito convites e respondo ou correspondo) no LinkedIn. Acredito que ficar pessoalmente envolvido ajuda a manter minha mensagem verdadeira à minha filosofia, e me ajuda a aprender.

**Há uma estratégia não falada para as empresas empregarem e esta estratégia foca na palavra *valor*. Quanto mais você oferece, mais atrativo se torna. Quanto menos você oferece, mais anônimo permanecerá.**

***JEFFREY GITOMER***