

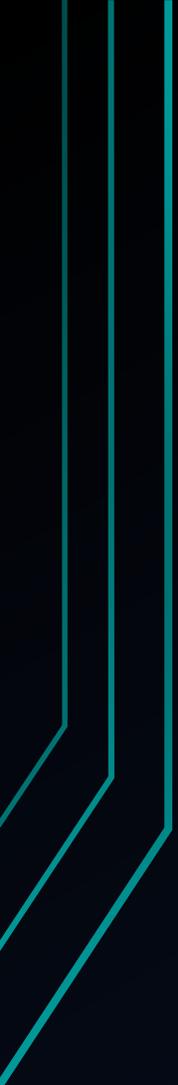
Realização de Negócios Bancários via Redes Sociais

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA

Aluno: UC11591371 – Adriano Paulino Menezes
Orientador: Dr. Luiz Carlos Assis Iasbeck

AGENDA

- O fenômeno das Redes Sociais;
- Teoria Base, Métodos e Revisão de Literatura;
- Netnografia e Histórico sobre a Internet;
- Comunicação Empresarial;
- Sistema Financeiro;
- Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via sistema Facebook;
- Considerações Finais.



O fenômeno das Redes Sociais

O fenômeno das Redes Sociais

- O que é rede social? Artefatos tecnológicos para conectar pessoas;
- Papel do Prosumer – produtor e consumidor de informação;
- Imagem pessoal e empresarial – formadas pelos perfis nas redes;
- Barateamento das tecnologias da informação e comunicação;
- Relacionamento virtual – praticidade na comunicação, seletividade;
- Compartilhamento de mensagens, viralização, formação de opinião;
- Tempo real, qualquer lugar, instantaneidade, grande escala;
- Multimídia, medição de efetividade nos contatos, marketing global.

O fenômeno das Redes Sociais

- Internet cria uma nova cultura na sociedade;
- É o meio de comunicação mais justo, pelas possibilidades;
- Comunicação de massa, broadcast, um-para-muitos;
- Comentários e contribuições;
- Mensagens: áudio, vídeo, texto, hipertexto, imagens, vetores;
- Pode-se medir a efetividade;
- Mundo atual totalmente baseado em informações;
- Troca e construção de conhecimentos.

O fenômeno das Redes Sociais

- Informática: informação + automática;
- Meio de marketing efetivo e direcionado à público específico;
- Melhora na educação com o uso de computadores;
- Impossibilidade de dissolver a tecnologia já estabilizada;
- Relacionamento entre pessoas afins, troca de ideias, bem comum;
- Realização de negócios, extensão da empresa;
- Futilidade das mensagens, ludismo;
- 3V – volume, variedade, velocidade da distribuição de informação.

O fenômeno das Redes Sociais

- Não é possível estabilizar o conhecimento;
- Cidadãos universais, mundo aglomerado;
- Alto senso de participação política;
- Narcisismo, perfis trabalhados nos detalhes, construção da imagem;
- Maior participação nas decisões da sociedade, aproximação;
- Comunicação instantânea, grande parcela da sociedade nas redes;
- Necessidade de regulamentação e controle;
- Grande interesse publicitário, fonte de financiamento.

O fenômeno das Redes Sociais

- O ato comunicacional é realizado quando o receptor interage;
- Não se possui agenda, os dados circulam segundo popularidade;
- Uma simples mensagem deflagra uma manifestação política;
- Seria interessante a figura de um conselho moderador;
- Várias pessoas pensando um mesmo assunto.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Luhmann, teoria dos sistemas sociais (interligação dos seres);
- Morin, teoria complexa da comunicação (aspecto multidisciplinar);
- Blackburn, teoria do estruturalismo (extração de leis e regras);
- Durkheim, teoria do funcionalismo (instituições exercem uma função social, na ocorrência de problema o sistema é afetado);
- Recuero, impacto das redes (comunidades virtuais, artefatos culturais, recursos sociais das redes, não é apenas tecnologia);
- Mafessoli, novos modos de comunidade e tribalização.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Beltrão, teoria da comunicação de massa (aperfeiçoamento nos meios de emissão, transmissão e recepção), aldeia global;
- Castells, A era da informação: economia, sociedade e cultura, capitalismo informacional, reestruturação de empresas, descentralização;
- Alguns trabalhos pesquisados: negociação de identidades, análise de pontos de vista nas redes, velocidade de expansão das tecnologias, métricas de redes sociais, papel da rede em crises organizacionais, diálogo comercial, estudos de recepção na internet.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Facilidade de acesso, convergência, interatividade, hipertextualidade, heterogeneidade;
- Visibilidade empresarial nas mídias sociais;
- Espaço da comunicação organizacional;
- Comunicação interna: desafio cultural;
- Estratégias de comunicação para as novas mídias;
- Relacionamento com clientes através da tecnologia;
- O ciberespaço e a comunicação organizacional.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Semiótica: tríade signo-objeto-interpretante;
- Produção de sentido, linguagem, mecanismos da cultura;
- Língua, código comum ou protocolo comunicacional;
- Objetivos da comunicação: formação de grupos para sobrevivência, métodos de cultivo da agricultura, situações de perigo, fazer fogo, registros históricos e acontecimentos passados;
- Comunicar é produzir sentido, signo é a representação de algo no universo, o cérebro pensa pelo relacionamento dos signos;
- O conjunto de signos criam as ideias e pensamentos.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Não existe a realidade, o que existe é a forma como se interpreta e se comunica os acontecimentos;
- A produção de certezas é a função do comunicador, apresentando o que realmente foram fatos acontecidos;
- Textos se relacionam entre si e com outros signos, construindo alteração de sentido e transformando dados em conhecimento;
- O ideal é que haja ética na formulação dos pensamentos;
- Um fenômeno se mostra igual para todos, porém é entendido de forma diferente por cada um.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Retórica é o uso da língua para convencimento de opiniões;
- A imprensa e os meios de comunicação mais se utilizam dos signos;
- A imprensa é um poder a mais na organização dos estados-nações, ela deve ser isenta e transparente para legitimar sua atuação;
- O fundamental na comunicação é trabalhar a função receptor;
- Sintaxe é a organização de signos dentro de um contexto;
- A semântica se dá pela criação de sentido pela correlação de signos;
- A significação pode ser concebida como um processo.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Uma das funções dos signos é sua utilização lógica, através do método científico, para provar a veracidade de fatos;
- Hermenêutica é a função de interpretação de um texto;
- Exegese é uma análise fora do contexto para fatos gerais;
- É importante o estudo sobre como ser assertivo e eficiente nas tratativas comunicacionais via Internet;
- O que não pode ser medido, não pode ser controlado;
- Centralidade – são os nós que concentram o fluxo de informações.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Proximidade – análise da distância média dos nós da rede;
- Alcance – medida de quão esparsa é a rede (social e geograficamente);
- Fronteiras – delimitação da abrangência da rede;
- Grau de conexão – força das ligações nas redes (solidez no relacionamento com os pares);
- Clusterização – medida da distribuição da rede;
- Agregação – capacidade de expansão pela assimilação de contatos.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Cooperação – trabalho em conjunto formando empreendimentos;
- Colaboração – fornecimento e obtenção de apoio profissional;
- Conflito – grau de disputa e desentendimento entre usuários;
- Reciprocidade – relacionamento de auxílio mútuo;
- Associativismo – pertencimento e inserção em um grupo;
- Relacionamento dialógico – interações constantes e intensas;
- Capital social – medida da interação grupal, cultura, arcabouço intelectual, formação de identidade.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Alguns grupos superiores aos outros – na estrutura social, classe dos participantes, qualidade das interações, experiência dos usuários, temas debatidos, tecnologia envolvida, dinheiro investido;
- Todo tipo de construção ou existência é necessário antropologicamente;
- A estrutura das redes é autônoma, não possui carta de constituição ou regras explícitas, porém são bastante organizadas;
- Necessidade de perpetuação, interação com outros sistemas.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Tecnologia estabilizada e bem constituída;
- Papel social dos fóruns e Blogs, com a disseminação de comentários e abertura de espaço para debates;
- Inserções na rede pode derrubar grandes empresas;
- Conduta ética voluntária (não imposta), pela moderação dos pares;
- Exemplo de auto-gestão: movimento do Software Livre;
- Tendências: Internet das coisas, Big Data, Computação em nuvem, Mobilidade e Colaboração.

Teoria-base, Métodos e Revisão de Literatura

- Projeta-se: alto dinamismo nas comunicações, maior geração de receita pelas empresas, melhor distribuição de riquezas;
- Para continuar a evolução: constante capacitação profissional e o direcionamento de políticas públicas (acesso e fomento);
- Necessidade de oxigenação dos temas debatidos nas redes (tópicos técnicos, profissionais e mercado de trabalho);
- Modos de relacionamento: chat, e-mail, blog, fóruns, redes sociais, mensagens instantâneas, streaming, podcasts;
- Necessário a busca de espaço nestes ambientes.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- Netnografia é a análise do comportamento humano nas redes;
- Não-incluídos digitais e os incluídos precocemente;
- Diferenças entre o relacionamento virtual e o real;
- É exigido das empresas o planejamento, a ordenação e a análise netnográfica;
- Pessoas satisfeitas convencem e angariam novas transações;
- Pode-se obter ideias diretamente com os clientes;
- As ações nas redes são influenciadas pelos próprios usuários.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- O comportamento dos membros moldam a visão de terceiros;
- A cultura de uma comunidade se dá pelas similaridades de ações;
- Os meios eletrônicos são uma extensão do mundo real;
- Pioneirismo do Brasil com o Marco Civil da Internet (lei 12.965): escala mundial, direitos humanos, cidadania, diversidade, colaboração, livre iniciativa, defesa do consumidor, finalidade social, liberdade de expressão, privacidade, proteção dos dados, neutralidade da rede, estabilidade, segurança, padronização, modelos de negócio, direito de acesso, informação pública, inovação, acessibilidade, interoperabilidade, contratos claros.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- Internet – maior avanço tecnológico da humanidade;
- Não surgiu de um projeto intencional, porém várias circunstâncias;
- 1ª fase – mainframes, linguagens de programação, centralização;
- 2ª fase – computadores pessoais, redes institucionais;
- 3ª fase – smartphones, horizontalização, web, comunidades;
- Desenvolvimento integrado da sociedade, bem comum;
- Alto volume de dados, variedade de informações e fontes, grande velocidade de disseminação, baixo custo.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- Desejo de um mundo de comunicação livre, sem entraves, democrático, global;
- A sociedade da informação é uma realidade mundial;
- Um primeiro princípio da cibercultura é a liberação da palavra;
- A Internet surgiu das necessidades comunicacionais do exército, das universidades e das empresas;
- As redes sociais passaram a existir a partir do momento em que a troca comunicacional na Internet era feita de mão-dupla (envio e recebimento de dados).

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- Um ambiente propício: abertura econômica, criatividade, evolução da indústria de telecomunicações, empreendedorismo, novas regras políticas em favor dos consumidores;
- Comércio eletrônico: computadores que realizam cálculos em segundos, atendimento remoto (sem deslocamentos), segmentação de clientes, armazenamento de grande quantidade de dados, conhecimento dos concorrentes, automação empresarial e modelagem de processos;
- Origem da Internet, foi a tentativa de se conectar 02 ou mais computadores.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- O avanço da informática foi favorecido por: diminuição do tamanho físico dos equipamentos, redução dos custos de fabricação, evolução no poder de processamento, armazenamento e transmissão, facilidade de operação, facilidade de programação, convergência de serviços e sensores;
- Redes distribuídas, não possuem um nó central e se auto configuram distribuindo o fluxo eletrônico;
- Avanços tecnológicos: mainframes, satélites, fibra ótica, sistemas operacionais, linguagens de programação, novas formas de armazenamento, banco de dados.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- Netiqueta: regras para o relacionamento e conversas na Internet (pode evitar mal-entendidos nas comunicações);
- Sempre há alguém do outro lado, e pode ser um possível cliente;
- Vários tipos de negócios on-line: leilão de produtos, licitações, financiamento coletivo, classificados digitais, grupos de trocas, moedas virtuais, banco eletrônico, programas de benefícios;
- É um “pecado” não possuir uma página empresarial atualmente;
- Não se deve perder a formalidade nas transações via rede, clientes devem ser tratados com respeito e objetividade.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- Não há discriminação de usuários (todos podem participar);
- É necessário observar o caráter da inclusão digital;
- Compartilhamento de informação: localizar o “outro”;
- Colaboração em atividades sociais;
- Acesso remoto em 24 x 7;
- Geração e transmissão de conhecimento;
- Capital intelectual corporativo.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- O ser humano precisa da comunicação para sobreviver;
- Um dia sem Internet, perdas na casa dos trilhões de dólares;
- Tendência de migrar todos os textos do analógico para o virtual;
- Um perfil no Facebook serve até de currículo profissional;
- Deve ser dada bastante atenção à Segurança da Informação;
- Tendência de distúrbios psicológicos como ansiedade, angústia e depressão;
- O usuário escolhe o que ler, quando ler, onde ler (hipertexto).

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- Múltiplas fontes de pesquisa;
- A agenda na Internet é construída pela seleção dos usuários;
- A publicidade é personalizada conforme o tema da página;
- Os meios analógicos devem ser mantidos para fins históricos;
- As novas mídias podem rejuvenescer conteúdos passados, isto é a nostalgia;
- A dificuldade não é transmitir, mas sim o que transmitir;
- A nova narrativa: sincronismo, convergência, agendamento, redes.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- Aspectos característicos da comunicação via redes: interatividade, navegação não-linear, autoriação, conteúdos relacionados, simultaneidade;
- Uso pelas agências de publicidade da “memória afetiva”;
- Uso da metalinguagem de forma recursiva;
- O problema do Facebook não é o negócio, mas sim a infraestrutura por trás de tudo para suportar sua operação;
- Uma das funções universais da comunicação: transmitir a verdade sobre o mundo aos outros indivíduos.

Netnografia e Histórico sobre a Internet

- O entretenimento espontâneo faz parte da narrativa do Facebook;
- Uma boa estratégia publicitária é a integração de campanhas na Internet a outros meios como TV e rádio;
- Outro fator cativante de audiência são as antologias, onde temas em série e com extras, fazem as pessoas seguirem as histórias;
- O dialeto das redes as vezes abre mão da conjugação correta da língua portuguesa, com o uso de gírias e outros artifícios;
- As redes são o melhor ambiente para exercício da política e cidadania.

Comunicação Empresarial

Comunicação Empresarial

- As comunicações podem coroar ou conceder autoridade, assim como também pode depor o título outorgado;
- Reconhecimento (o grupo concede), Legitimidade (graduação e conhecimento, Consagração (disputa);
- O administrador de empresas deve ter o dom do discurso;
- O marketing empresarial é um planejamento de ações;
- A língua não veio para homogeneizar as classes humanas, mas para possibilitar a construção lógica de uma diferenciação;
- Quem se apresenta socialmente é reconhecido pela sua imagem.

Comunicação Empresarial

- Quanto mais os indivíduos se engajam às tratativas sociais das empresas, maior resultado financeiro é conquistado;
- Clima de trabalho é a adaptação dos funcionários à uma empresa;
- Quanto melhor o clima, mais reconhecida é a chefia;
- Com os funcionários adaptados à cultura empresarial, os mesmos atuam como força motriz para o funcionamento da corporação;
- Assédio moral é combatido através de comitês de ética e ouvidoria;
- O poder público serve para ordenar, regradar e organizar o coletivo.

Comunicação Empresarial

- É fato salutar, para a resiliência empresarial, o rodízio e a renovação dos quadros de gestão de tempos em tempos;
- Toda organização deve ter uma imagem formada perante seu público de interesse;
- É importante definir: missão, estratégia, visão e valores;
- Emissor e receptor devem utilizar o mesmo vocabulário;
- Fluxo informacional: obtenção, tratamento, armazenamento, distribuição, análise, descarte;
- Pesquisa de opinião, discurso empresarial, equipe de marketing.

Comunicação Empresarial

- Como um cliente vai saber o que a empresa vende se esta não se manifesta?
- Deve-se abusar da criatividade nas construções publicitárias;
- Partes do discurso: tema, linguagem, destinatário, mídia, mensagem, feedback;
- O conceito de imagem é dinâmico e muda com o tempo;
- As empresas devem comunicar o que é verídico, pois quando não é possível cumprir as promessas feitas, toda a estratégia de comunicação vai a baixo.

Comunicação Empresarial

- Estrutura para gestão comunicacional: portal de intranet (rede interna), agência de notícias (atuação empresarial), diretoria de marketing, ouvidoria, estratégia de comunicação, callcenter, porta-vozes para o produto, medição de efetividade no relacionamento, portal de negócios, central de e-mail, gerente responsável pelo alinhamento de todos os setores, metas e objetivos empresariais;
- Governo Eletrônico: visibilidade dos atos, canal de denúncias e sugestões, auditoria;
- O cidadão deve buscar informações técnicas para não ficar vendido nos debates.

Comunicação Empresarial

- É necessário uma dose de burocracia, planejamento, organização e métodos, mesmo assim o retorno é grande;
- Com a crescente divulgação de atos administrativos, o conceito de comunicação pública vai sendo solidificado;
- Baixo custo para quem acessa e para quem produz informação;
- O problema não é mais produzir o conhecimento, mas sim acompanhar a grande quantidade de dados gerada diariamente.

Sistema Financeiro

Sistema Financeiro

- O sistema bancário brasileiro é um dos mais sofisticados do mundo pela adaptação às várias crises financeiras;
- Foi desenvolvido para promover o desenvolvimento equilibrado do país, e servir a coletividade;
- Muita regulamentação para evitar um colapso geral;
- As instituições financeiras sofrem muitas auditorias;
- O Banco do Brasil se utilizava da conta-movimento para solucionar seus problemas de capital, uma grande fragilidade.

Sistema Financeiro

- Operações do BB tinham impacto sobre o passivo do Banco Central;
- Em 1986 o BB passou a ser um Banco Comercial;
- De 86 a 94, população não-bancarizada, sem atualização dos proventos, empresários sem segurança para investir, desvalorização do patrimônio;
- O momento marcante foi o Plano Real de 1994 (retomada do crescimento, controle da inflação, regulação cambial);
- Muita evolução na área de controles internos, regulação e informatização.

Sistema Financeiro

- Origens da moeda: produção agrícola superior às necessidades, troca do excesso com outros produtores, melhoria na logística para não ter de transportar haveres de uma região a outra, registro em papel sobre as mercadorias, troca desses papéis;
- Os primeiros bancos eram emissores de moeda e que garantiam que as trocas ocorressem sem fraudes, centralização dos armazéns para dar liquidez às negociações;
- Nos tempos atuais a moeda serve para medir o trabalho e dar valor à mercadorias; O dinheiro é o indexador da economia (toda a produção de riquezas é calculada pela quantidade de dinheiro).

Sistema Financeiro

- Com a moeda tendo valor de troca financeira e o seu portador ganhando status, o dinheiro passa a ser um bem de capital ou patrimônio;
- Ele é acumulado em grande escala;
- Com a tendência de se acumular grandes montantes, cria-se uma nova função bancária, que são os empréstimos de entes superavitários para entes necessitados de capital, ao preço de um deságio (juros);
- No regime capitalista, quem detém o capital detém os meios de produção; os lucros obtidos são reinvestidos nos negócios.

Sistema Financeiro

- Os bancos passam a injetar dinheiro na economia, que faz gerar a máquina financeira num círculo virtuoso;
- O acúmulo de capital cria a transação “investimento financeiro”;
- Toda mercadoria possui um valor de uso e um valor de troca;
- O entesouramento não tem outra função, senão a sua reaplicação na economia, gerando desenvolvimento sustentável;
- O sistema financeiro global, consiste no conjunto de acordos, instituições e agentes econômicos que facilitam os fluxos monetários internacionais.

Sistema Financeiro

- É formado pelos bancos centrais, bolsas de valores, organizações intergovernamentais, bancos comerciais, fundo monetário internacional, banco dos acordos globais;
- Também são considerados integrantes deste sistema o mundo acadêmico (que o estuda) e a imprensa financeira (que informa);
- Todos os componentes são interligados, favorecendo a estabilidade e permitindo ajustes pontuais quando do colapso de um integrante;
- Quando dois países negociam entra em questão: o câmbio, capacidade de produção, especialização de mão-de-obra, direcionamento do mercado, balança de pagamentos, impostos.

Sistema Financeiro

- Poucos países possuem a economia fechada, que é o caso da Coreia do Norte; alguns se abriram recentemente, Cuba e China;
- O país que possui eficiência em alguma atividade produtiva pode auferir ganhos no mercado internacional;
- A intervenção político-econômica dos governos pode construir um ambiente favorável para negócios;
- O acesso ao crédito é fundamental para o crescimento do PIB;
- O capital especulativo acontece quando algum participante injeta dinheiro com interesse de formar um fluxo financeiro.

Sistema Financeiro

- A razão de ser do sistema financeiro é criar e distribuir riquezas entre os membros da sociedade;
- Exemplo de aplicações mal sucedidas: a bolha da Internet de 1999 (pretensão de altos lucros num campo pouco explorado), e a crise das hipotecas de 2008 (empréstimos de alto risco, arrastando bancos para insolvência com a migração de créditos, alavancagem);
- É necessário uma boa análise de riscos e depósito de garantias para uma oferta de crédito saudável;
- O Brasil hoje vive um processo de inclusão bancário-financeira.

Sistema Financeiro

- Constituição: a ordem econômica, na valorização do trabalho e na livre iniciativa, deve assegurar existência digna, justiça social, função social da propriedade, defesa do consumidor, redução das desigualdades, busca do pleno emprego, saúde, segurança, harmonia nas relações de consumo;
- A lei reprimirá o abuso do poder econômico para a dominação dos mercados, eliminação da concorrência, e o aumento dos lucros;
- As empresas podem obter resultado positivo em suas atividades, sem explorar seus clientes.

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- É perceptível a grande evolução tecnologia, a partir dos anos 50;
- Comunicação em mão dupla; Integração dos usuários (redes sociais);
- Criatividade das novas gerações de trabalhadores;
- Abertura das economias mundiais às relações exteriores;
- Empreendedorismo como motor da economia;
- Regras políticas em favor dos consumidores;
- O atendimento eletrônico é mais rentável que trazer o cliente para o estabelecimento (ganho de escala e liberação de mão-de-obra).

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- Os clientes passaram a enxergar vantagens: comodidade, imediatismo, horário flexível, geolocalização, qualidade de vida;
- Grande mobilização das atividade de Tecnologia da Informação;
- Integração e convergência para os atuais Smartphones;
- Aumento do nível de exigência dos clientes;
- Mais informação sobre empresas e produtos;
- Mais interação entre os internautas: “efeito manada”;
- Imagem das empresas e representantes mais volátil.

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- Mais velocidade e maior volume de transações financeiras;
- Computadores realizam milhões de cálculos em segundos;
- Linhas de processos empresariais (atividades realizadas segundo roteiros especialmente escritos);
- Informatização é um caminho irreversível, dificuldade em desconstruir uma indústria de Telecom (capilaridade, baixo custo e alta necessidade), estabilidade das novas tecnologias (testadas);
- Adequação da gestão empresarial a novo contexto comunicacional;
- Não importa o porte ou o ramo de atividade da empresa.

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- O campo financeiro e bancário no Brasil tem sido a vanguarda no uso de TI. Investimentos de R\$ 21,5 bilhões / ano;
- Podem liderar movimento de melhoria na qualidade dos serviços;
- Ainda é incipiente a atuação bancária nas redes sociais;
- Novos negócios com clientes totalmente digitais;
- Atributos que influenciem o valor da marca empresarial (imagem);
- Satisfação do consumidor em relação a comunicação corporativa;
- O Facebook como canal de contato e relacionamento com clientes.

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- Base comum de clientes das duas empresas;
- Integração dos sistemas;
- O Facebook já possibilita a criação de páginas empresariais;
- Sensibilizar os clientes do Banco para a percepção de uma marca moderna, que realiza negócios de maneira rápida e barata;
- Pode-se aproveitar o histórico dos usuários;
- Anúncio de novidades sobre produtos, vídeos institucionais, resposta de questionamentos, divulgação de eventos.

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- O perfil da página do BB está designado à diretoria de Marketing;
- Baixo grau de automatização dos negócios no Facebook;
- Falta atuação mais direcionada e segmentada ao perfil do cliente;
- Falta uma equipe especialista nesta área;
- Outros bancos possuem algumas boas iniciativas: perfil empresarial, vídeos e fotos institucionais, páginas voltadas ao público jovem, linguagem informal, oferta de serviços, banners publicitários, ênfase nos usuários que seguem a empresa, permissão de relatos e comentários dos clientes.

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- Essas e outras muitas possibilidades podem ser exploradas;
- É recomendável trabalhar bem o discurso empresarial, para atender de forma sistemática e eficiente;
- Também podem ser criadas campanhas publicitárias pagas a um custo acessível, serviço este já disponível no Facebook. Essas campanhas geram diversas estatísticas a serem aproveitadas;
- Deve ser analisada também a questão da privacidade dos clientes, sigilo bancário, segredo comercial, processos judiciais;
- Estímulo à divulgação de sugestões, críticas e elogios.

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- Na Internet todos tem os mesmos direitos e deveres, com tratamento igualitário a qualquer usuário;
- Neutralização de interferências na Internet, pelo capital financeiro;
- Inovação é a realização de atividade de modo diferente do atual, que traga resultados e seja cativante aos clientes;
- Os próprios funcionários podem aprender com a documentação dos problemas nas redes sociais.

Atendimento a Clientes do Banco do Brasil via Facebook

- Atributos comunicacionais a serem demonstrados: entusiasmo, sinceridade, proatividade, interesse, cordialidade, escuta, assertividade, determinação, ética, diálogo, respeito, flexibilidade, negociação, autoestima;
- O custo de implementação do modelo não é alto, tendo em vista o retorno a ser obtido e as ferramentas de Software Livre já disponíveis para auxiliar na construção.

Considerações Finais

Considerações Finais

- Num ambiente democrático as redes de computadores facilitam a comunicação pública, com a liberdade de opiniões;
- Vive-se hoje uma nova cidadania, com participação voluntária;
- A comunicação viabiliza os interesses da coletividade;
- Não existia transparência no trato da coisa pública;
- As classes mais baixas não expressavam suas necessidades;
- Ganhou-se muito na pesquisa histórica dos fatos, a partir de um maior armazenamento de informação.

Considerações Finais

- Praticamente com o conhecimento básico de leitura, escrita e matemática, é possível operar um telefone celular e realizar o ativismo político-social;
- A participação comunitária acontece sem limites ou censura;
- A participação é livre, porém deve ter respeito pelo contraditório;
- Desde o índio ou o nordestino do sertão, podem ao preço de R\$1,00 se conectar ao mundo virtual nas famosas Lan Houses;
- Os preconceitos contra os ativistas e os revolucionários das redes, estão vencidos e praticamente esgotados no Brasil.

Considerações Finais

- Existem projetos no Brasil de levar a Internet a toda população, a um custo aceitável;
- As redes sociais são uma mídia complementar à TV e o Rádio;
- É possível auditar e denunciar irregularidade dos governos;
- Um importante tema para estudo é a Segurança da Informação;
- A fiscalização do orçamento público e o desenvolvimento científico devem ser perseguidos.

Considerações Finais

- Pioneirismo do Brasil em algumas frentes tecnológicas: Declaração do Imposto de Renda, o Voto Eletrônico, a Automação do Sistema Financeiro, Sistema Eletrônico de Licitações, a Nota Fiscal Digital, a Emissão de Certidões Negativas, a Divulgação de Editais, o Cadastramento e Acompanhamento de Fornecedores do Governo, a Matrícula Escolar, os Processos Judiciais, a Captura de Indicadores Econômicos, o Cartão do Sistema Único de Saúde, o Portal da Transparência;
- Há muito ainda por fazer! Sendo uma área atrativa para bons profissionais do mercado.

Considerações Finais

- Entende-se, pelas considerações, que o Relacionamento Bancário Virtual é possível e desejável, e estamos em pleno caminho de construção e desenvolvimento do mesmo!

- Obrigado.



Universidade
Católica de Brasília

Mestrado em Comunicação

AGOSTO DE 2017