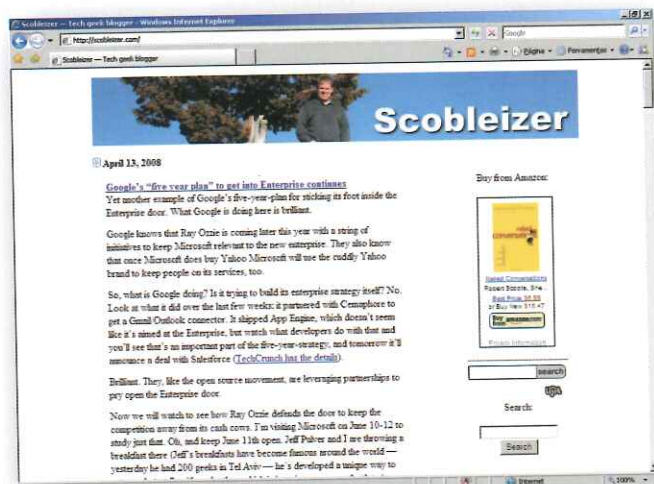


Vitrines corporativas

A ONDA DOS BLOGS CHEGOU ÀS EMPRESAS

De olho nesse novo canal de comunicação com clientes (internos e externos), muitas criaram *blogs* institucionais - em geral, mantidos por seus próprios funcionários. Entre as principais vantagens, destacam-se a agilidade na publicação de conteúdo (*posts*), a interatividade com o leitor (comentários) e a abordagem informal. Em teoria, os colaboradores recebem carta branca para falar sobre a empresa, seus projetos, planos e serviços. Funcionam como uma espécie de *ombudsman*, recebendo críticas e sugestões.

O caso da Microsoft, uma das empresas pioneiras na adesão a essa prática, em 2005, é exemplar. Seu *blog* é mantido até hoje por Robert Scoble e, embora distribuído em milhares de áreas, conseguiu aproximar os consumidores, compreender hábitos de consumo e desenvolver novos produtos. Pelo *blog*, a empresa conseguiu inclusive conhecer falhas em seus produtos. Coca-Cola, Dell, General Motors e Nokia são alguns exemplos de empresas que aderiram a onda. Aqui no Brasil, por enquanto, os *blogs* corporativos ainda são raridade.



Blog da Microsoft - Scobleizer - (<http://scobleizer.com/>)



Blog da Tecnisa (<http://www.blogtecnisa.com.br/index.php>)



BlogCouncil (<http://www.blogcouncil.org/>)