

MÍDIAS SOCIAIS

& RI

As mídias sociais têm se tornado uma ferramenta cada vez mais importante para as empresas se comunicarem com seus acionistas e outras partes interessadas. As vantagens das mídias sociais para os departamentos de Relações com Investidores (RI) são muitas; a sua utilização pode ajudar efetivamente às empresas a melhorar a sua comunicação com o Mercado de Capitais e no relacionamento mais eficaz com os seus acionistas.

por **THOMAS SAMUELSON**

Uma das principais vantagens das mídias sociais para os departamentos de RI é que elas permitem que eles alcancem um público bem mais amplo. As formas tradicionais de comunicação em geral só alcançam um número limitado de pessoas. Com as mídias sociais, as empresas podem alcançar um grupo muito maior e mais diversificado de acionistas atuais ou de eventuais novos investidores e de outras partes interessadas. Isso pode ajudar em muito a aumentar a visibilidade da empresa sobre as suas atividades e “drivers” estratégicos; sobre os seus números e o desempenho

de suas ações; contribuindo assim, para atrair novos investidores, ampliar a sua base de acionistas e diversificá-la.

Outra vantagem das mídias sociais para os departamentos de RI é que elas permitem uma comunicação bem mais frequente e oportuna. O conteúdo tradicional de Relações com Investidores como Fatos Relevantes, Comunicados ao Mercado e demonstrações financeiras é divulgado eventualmente, trimestralmente ou anualmente. Com as mídias sociais, as empresas podem fornecer atualizações e infor-

“

A mídia social é também um meio excelente para a comunicação bidirecional e para viabilizar um maior engajamento com os “stakeholders” de uma companhia aberta. Essa importante capacidade - quando bem utilizada - tende a ser de grande benefício para os departamentos de RI. Ela permite que os acionistas e outras partes interessadas possam se utilizar das mídias sociais disponibilizadas para fazer perguntas, fornecer “feedbacks” e compartilhar suas opiniões com a empresa.

”

mações com muito maior frequência. O que ajuda a manter os acionistas e outras partes interessadas melhor informadas e mais envolvidas, continuamente, com a empresa.

A mídia social é também um meio excelente para a comunicação bidirecional e para viabilizar um maior engajamento com os “stakeholders” de uma companhia aberta. Essa importante capacidade - quando bem utilizada - tende a ser de grande benefício para os departamentos de RI. Ela permite que os acionistas e outras partes interessadas possam se utilizar das mídias sociais disponibilizadas para fazer perguntas, fornecer “feedbacks” e compartilhar suas opiniões com a empresa. Respostas a essas eventuais demandas irá fidelizá-los, ao ajudá-los a tomar suas decisões e a melhorar o seu desempenho, em relação aos papéis da própria companhia.

A comunicação bidirecional, no outro sentido, permite às empresas compreender melhor as necessidades e preocupações dos seus investidores. Além disso, as mídias sociais podem ajudar os departamentos de RI a construir e a manter relacionamentos com potenciais novos acionistas em “equity” e investidores em dívida.

Isso é especialmente importante para empresas que estão no meio de uma crise ou enfrentando notícias negativas. Ao usar as mídias sociais para se comunicar regularmente e de forma transparente, as empresas podem ajudar a construir confiança e credibilidade com o mercado. O que, em meio a uma crise, fornece um suporte de grande valor aos comunicados que serão divulgados.

Em resumo: As mídias sociais oferecem muitas vantagens para os departamentos de RI. As áreas de RI precisam atualizar continuamente os seus acionistas o mais eficaz e transparentemente possível; necessitam estrategicamente buscar novos investidores e aumentar adequadamente a liquidez dos títulos de sua companhia. Objetivos, como apresentado, muito facilitados pelas Mídias Sociais. Como vimos, as Mídias Sociais permitem que se alcance um público bem mais amplo; permitem também uma comunicação mais frequente e oportuna; facilitam em muito a comunicação bidirecional e a construção e a manutenção de relacionamentos com investidores de todos os tamanhos.

Ao utilizar as Mídias Sociais, os departamentos de RI podem, portanto, melhorar substancialmente a sua comunicação estratégica e o seu envolvimento direto com os acionistas. E, em última análise, aumentar os volumes de negociação e melhorar o desempenho geral dos papéis da empresa. **RI**



THOMAS SAMUELSON

é CEO e fundador da BRON - Investor Network, plataforma de comunicação que oferece tecnologia de ponta em relações com investidores.
tsam@bronnetwork.com