

BLOG como CARTÃO DE VISITA

Livro fala sobre a importância dos "diários" virtuais para as empresas e dá dicas para criação e gestão das ferramentas



BLOG CORPORATIVO

Autor: Fábio Cipriani
 Editora: Novatec
 Páginas: 208
 Preço sugerido: R\$ 42,00
 Blog: www.blogcorporativo.net

ATENDER AO TELEFONE, RESPONDER UM E-MAIL E ATUALIZAR O BLOG. De acordo com o livro *Blog Corporativo*, da editora Novatec, esta última atividade também pode – em um futuro próximo – integrar a rotina de muitos executivos. Escrita pelo consultor Fábio Cipriani, da Deloitte, a obra não apenas detalha a crescente influência dos “diários” virtuais para o fortalecimento da imagem corporativa e do relacionamento com clientes, mas também serve como guia prático para gestores de empresas de todos os portes, interessados em planejar e adotar as promissoras ferramentas de comunicação.

Autor do blog *Serendipidade*, que fala sobre marketing, negócios, inovação e gestão, entre outros assuntos, Cipriani reuniu depoimentos exclusivos de executivos apontados como referência no conceito de “blogar”, por seu pioneirismo e pela capacidade de interagir com seus diferentes públicos, como Jonathan Schwartz, presidente e CEO da Sun Microsystems, e Jake McKee, ex-diretor-global de relacionamento com clientes da Lego. O livro também destaca iniciativas brasileiras, como a do CEO do HSBC, Emilson Alonso, que escreve semanalmente para os funcionários em seu blog.

Dividida em três partes, a obra detalha, em sua introdução, como a “internet mudou a maneira de se fazer negócios e operar os processos internos das empresas, além de estabelecer uma nova

forma de inteligência em massa nos consumidores”. Na primeira parte, aborda o conceito e a metodologia para a criação de blog corporativo direcionado para os públicos internos e externos, com os tipos de uso possíveis, suas vantagens e problemas.

Na seqüência, trata dos assuntos e discussões em voga no universo da web e de como tirar proveito dela. A terceira parte enfoca as tendências na comunicação corporativa e na exploração do conhecimento gerado pela blogosfera no Brasil e no mundo. A publicação tem linguagem clara e é reforçada por apêndices que trazem um glossário, dicas de sites relacionados com o tema e mostra um caso prático de criação de um blog, inclusive na parte técnica.

Embora reconheça que a adoção da ferramenta ainda não esteja tão disseminada no Brasil quanto em outros países, o livro também destaca o surgimento de empresas especializadas e de internet que abrem seu leque de produtos para incluir o blog.

Para dar o exemplo e acompanhar a dinâmica do mundo virtual, o livro estende-se na internet na forma de um blog, discutindo novos casos e notícias sobre seu uso como ferramenta de negócios, no endereço www.blogcorporativo.net. O primeiro capítulo também está na web: www.novateceditora.com.br/livros/blog. **(WB)**