



Os 4 passos para o engajamento

Os 4 passos que toda ação deve completar para atingir o engajamento completo, apontados por uma pessoa que entende do assunto.

Nesse fim de semana, encontrei um blog muito interessante sobre marketing de relacionamento. O autor do blog é [Ricardo Pomeranz](#), Chief Digital Officer do grupo Rapp Worldwide, uma das empresas líderes em marketing digital e de relacionamento.

Achei o post que fala sobre a [Matrix de Engajamento](#) muito interessante e resolvi compartilhar por aqui, fazendo a união dos 4 passos para o engajamento completo, que no blog original, estão divididos em 4 artigos.

O Ricardo ressalta que o maior nível de engajamento ocorre quando as pessoas criam conteúdo sobre as ações que foram realizadas pela marca. Ou seja, um vídeo de efeito viral, por

exemplo, passa pelos 4 passos de engajamento, terminando na criação de paródias daquele vídeo. Não sei por quê, mas me lembrei de algo relacionado a pôneis agora.

Então vamos aos 4 passos!

Primeiro: Descoberta do conteúdo, ou seja, o click. Nada acontece se o conteúdo não é acessado por ninguém. Aqui o essencial é ser descoberto por influenciadores das mídias sociais. Na minha visão, o desafio aqui é fazer o conteúdo “cair” nas mãos desses caras que utilizam com frequência as redes, compartilhando conteúdo, participando de discussões e enfim, influenciando outras pessoas.

Segundo: Bookmarking do conteúdo. Aqui o vídeo / artigo / imagem ganhou destaque e conquistou certas pessoas. Elas compartilham nas mídias sociais e marcam como algo interessante.

Já ouviu falar no [StumbleUpon](#)? É basicamente uma rede de bookmarkings, onde os links mais interessantes estão compartilhados lá. Você pode navegar pelos itens compartilhados e caso ache algo legal, pode marcá-lo, tornando-o mais relevante (ou seja, o link ganhará destaque na rede e aparecerá mais vezes).

Terceiro: Participação. Ricardo Pomeranz ressalta que nesse caso, o maior desafio que as empresas enfrentam é criar conteúdo interessante para gerar essas conversas entre as pessoas. Nesse momento, as pessoas não estão somente dando o tempo delas para consumir o conteúdo, mas estão influenciando outras também, pois algo sem graça não gera discussão certo? O segredo aqui é causar controvérsia.

Quarto: Sem dúvida nenhuma, o maior envolvimento é a criação. Como ele mesmo apresenta, a criação de conteúdo sobre a ação que foi feita, passa novamente pelos 4 passos de engajamento, multiplicando o número de pessoas alcançadas. Ainda mais quando a criação é interessante ao ponto de se tornar viral

por conta própria. De qualquer forma, por trás da criação está a mensagem que foi passada pela marca.

No final das contas, acho que acabei passando pelos 4 passos na criação deste artigo!

Créditos pela foto: [Flickr.com – gabisfraga](#)

Para mais info sobre **o engajamento com clientes**, acompanhe nosso Twitter: [@agendor](#)! *Com uma certa música na cabeça!*