

Se a sua empresa não está na Internet, então, é como se não existisse. Pelo menos para a maioria dos portugueses. Para que a sua marca se destaque das outras, ela tem de estar onde os consumidores a procuram: na Internet. Chega de desculpas para não ter um sítio em linha da sua empresa no ciberespaço. Se até há bem pouco tempo encomendar um sítio a uma empresa especializada atingia valores proibitivos e era até considerado um luxo, hoje em dia, esta questão já nem se coloca. Existem empresas que vendem sítios pré-construídos que vão desde os mais simples, com um menu básico do género «quem somos», «onde estamos», «os nossos produtos», «contactos», etc, até aos mais complexos, como as lojas virtuais que possibilitam a compra de produtos online. E, quer num caso, quer noutro, estes sítios estão disponíveis por valores bem económicos e acessíveis a todas as empresas. Claro que o o design poderá não ser um exclusivo da sua empresa e, em alguns casos, chega a ficar aquém

das expectativas em termos de estética mas, o mais importante, é que a sua empresa marque presença no ciberespaço. A posteriori, poderá melhorar o seu site, desenvolvendo-o à medida que expande o seu próprio negócio e a sua marca se torna conhecida do público, sempre a par e passo com o aumento das vendas, claro! Nessa altura, o que importa é proceder à manutenção dos conteúdos já existentes, incrementar funcionalidades, como colocar uma inscrição na newsletter da empresa, melhorar o aspecto geral, inserir novos produtos, serviços, promoções e todo o tipo de informações que sejam relevantes para os seus clientes. A ideia fundamental a reter é que a sua empresa perde dinheiro todos os dias se os consumidores não a encontrarem facilmente nas auto-estradas da informação, pelo que, a sua prioridade em termos de comunicação deverá ser a aposta da marca nas novas tecnologias como a Internet. Mas se ter um sítio em linha já é bom, desengane-se quem acredita que é suficiente. Quantos sítios vemos todos os dias parados



Se existe,
está
na Internet!

no tempo? Há empresas que inauguram o seu sítio em linha e depois não procedem a qualquer actualização durante meses ou até anos a fio, o que se torna um péssimo cartão de visita para um visitante assíduo. A evitar a todo o custo estão as situações do género «site em construção» ou ainda as páginas vazias dentro do menu do sítio que apenas dizem «brevemente». É preferível abdicar desta muleta comunicacional do que manter uma informação que diz algo como «estamos na Internet mas ainda não estamos totalmente» e que desilude o visitante que chega ao site com as mais altas expectativas. O impacto é sempre negativo.

O utilizador da Internet navega de site em site com a curiosidade própria de uma criança: quer ser surpreendido e quer surpreender, quer aprender, quer ser reconhecido, quer se identificar com algo, quer descobrir produtos, conceitos, sensações, ideais... Enfim, quer apaixonar-se! Quer encontrar alguma coisa que lhe fale ao coração ou que simplesmente resolva o seu proble-

ma de consumo. Tendo estas ideias presentes e conhecendo o seu negócio como ninguém, é só juntar tudo e criar um site que responda efectivamente às necessidades dos consumidores que pesquisam na Internet atrás de soluções que resolvam os seus problemas. Lembre-se que os motores de busca da Internet, como o Google ou o Sapo, privilegiam ou penalizam a posição de um sítio em linha no ranking de resultados de uma pesquisa, consoante a relevância dos conteúdos que encontra e da sua constante actualização. Por isso, se a sua empresa ainda não tem um site, ofereça-lhe um rapidamente porque, se ela existe, há quem a procure na Internet... neste preciso momento!

Acções douradas



Os últimos dias foram marcados, para além da vitória da Espanha no campeonato do mundo da FIFA, por duas notícias, uma boa e outra má e ambas envolvendo directa ou indirectamente a Portugal Telecom (PT). A má notícia foi o exercício pioneiro pelo governo português da famosa golden share com o objectivo, aliás bem sucedido, de vetar a alienação pela PT de cinquenta por cento de uma holding com a maioria das acções da operadora de telecomunicações VIVO à espanhola Telefónica. A boa notícia foi que esta terá sido muito provavelmente a primeira e última vez que o governo português (este ou outro que lhe suceda) terá exercido este direito de veto, após a decisão do Tribunal Europeu de Justiça de considerar ilegais e contrárias à livre circulação de capitais consagrada nos tratados europeus. Antes que comece a criticar a decisão do governo português, com a qual discordo em absoluto, tenho que admitir aquilo que pode ser um conflito de interesses, pelo menos aos olhos de algumas mentes mais tacanhas e imbuídas de um anti-espanholismo primário. Sou casado com uma cidadã espanhola (com quem tenho dois filhos), tenho muitos amigos espanhóis e é em Madrid que passo a maior parte do tempo das minhas visitas ao continente europeu. Assim, é compreensível que não sofra da mesma aversão a Espanha que infelizmente, em alguns casos genuinamente, infesta a mente de alguns dos que aplaudiram a recente decisão de José Sócrates. Demasiado pequeno

para me lembrar do 25 de Abril de 1974, cresci num país liberto das grilhetas ideológicas da ditadura de Salazar que, através do seu controlo do sistema educativo contaminou gerações com um nacionalismo rançoso frequentemente travestido de aversão e desconfiança face a Espanha. Neste sentido, as acusações do porta-voz do PS, Vitalino Canas, a Pedro Passos Coelho de se ter «ajelhado perante os interesses espanhóis» são particularmente infelizes e, se não reveladoras desse mesmo anti-espanholismo, pelo menos reveladoras de um deplorável forma de fazer política. Sobretudo quando Passos Coelhos se limitou a apontar o óbvio: se o governo português quer tomar decisões em nome da PT, que se torne accionista maioritário. Esta é a primeira razão porque a decisão de José Sócrates é totalmente indefensável. Indefensável porque é contra os interesses dos accionistas da PT que aprovaram a venda e, desta forma, contra a própria empresa. De facto, para a esmagadora maioria dos economistas financeiros, o objectivo da empresa e da sua gestão deve ser a maximização da riqueza dos seus accionistas. Segundo estes, o que maximizaria a sua riqueza seria a venda da participação na VIVO e não o contrário. Maior desautorização da reivindicação feita pelo primeiro ministro de que estaria a defender os interesses da PT é impossível. As consequências para a PT são, no imediato, o não poder contar com um encaixe generoso (na opinião de 74% dos accionistas da empresa) para abater à sua dívida, investir no aumento da pro-

ductividade dos seus trabalhadores e assim melhor salvaguardar os seus postos de trabalho, ou remunerar adequadamente os seus accionistas pelo risco tomado. A médio prazo, ao vincar os direitos especiais de um accionista quase virtual, o governo português tornará mais caro à PT encontrar financiamento. Adicionalmente, ao accionar a golden share, o governo português fragilizou ainda mais a estrutura do governo societário não apenas da PT, mas também da EDP ou da Galp, atendendo a que os accionistas destas empresas considerariam possível, mas pouco provável o exercício destes direitos. Finalmente, a própria direcção da PT é prejudicada por este episódio. A partir de agora, que interesses terá Zeinal Bava, o CEO da PT, que defender? Os do Estado Português ou os dos accionistas da empresa? A decisão é também indefensável porque vai contra os interesses da economia portuguesa ao cravar mais um prego no caixão dos direitos de propriedade e da livre iniciativa em Portugal, vincando o carácter arbitrário da governação no nosso país. Ao contrário do que foi recentemente defendido em editorial do jornal "Público", esta decisão demonstra não que o mercado necessite de "balizas", mas sim que o Estado em Portugal age muitas vezes sem qualquer baliza, olhando apenas à oportunidade e com total discricionariedade. Mais, perante um governo que manda onde não é dono, quem querará investir em Portugal? Num contexto de estrangulamento financeiro do Estado Português, quem querará

comprar as participações empresariais que o governo manifestou querer vender? Finalmente, o que mais me ofende em todo este caso é o uso e abuso do termo "interesse estratégico" ora da PT, ora de Portugal. Alguém sabe qual é interesse estratégico para a PT da manutenção da VIVO numa parceria envenenada com a Telefónica? Alguém acredita que o primeiro-ministro de Portugal tenha um superior entendimento deste interesse estratégico que 74% dos accionistas da PT não vislumbraram? Alguém sabe como todo este episódio interessa a Portugal? Felizmente para nós, de seguida, o Tribunal de Justiça Europeu decidiu pela ilegalização das golden shares. No entanto, não deixa de ser aborrecido que, mais uma vez, tenha que ser a Europa a dizer o que os governos de Portugal podem ou não podem fazer.