



# GUIA BÁSICO

---

Como usar as redes sociais  
para impulsionar o negócio

# OLÁ!

Obrigado por baixar o ebook

GUIA BÁSICO - Como usar as redes sociais para impulsionar o negócio

As redes sociais não podem mais ser desconsideradas na hora de planejar a comunicação e o marketing de um negócio, seja qual for o tamanho dele. Porém, a utilização dessas ferramentas deve ser estruturada e planejada, para que não se perca tempo nem dinheiro.

O uso das redes sociais para alavancar negócios tem sido tema de diversos cursos, seminários, eventos promovidos por agências de comunicação e marketing ou mesmo por instituições como o SEBRAE, que já descobriram o poder das ferramentas.

Neste ebook GUIA BÁSICO - Como usar as redes sociais para impulsionar o negócio, como o nome diz, apresentaremos dicas básicas do que fazer para que você comece a impulsionar seu negócio através das redes sociais.

Esta é uma compilação de várias e importantes dicas, fique a vontade para comentar. Sua participação poderá melhorar ainda mais esse material.



**acessolivre**

# Índice

Entenda a função das redes sociais	04
Tenha um objetivo	05
Segmente o público	06
Você sabia?	07
Conheça seu cliente	08
Escolha as redes sociais apropriadas	09
Você sabia?	10
Defina o conteúdo a publicar	11
Poste fotos e invista em vídeo	12
Avalie o controle	13
Você sabia?	14
Defina responsável	15
Invista em publicidade	16
Não esqueça o foco DO cliente	17
Você sabia?	18
Agradecimentos	19

# Entenda a função das redes sociais

Redes sociais são movimentadas por pessoas para pessoas. Quando se fala em utilizá-las para promover um negócio, é preciso deixar de lado aquele comportamento estritamente comercial, do tipo “compre!”, “compre!”, “compre!”.

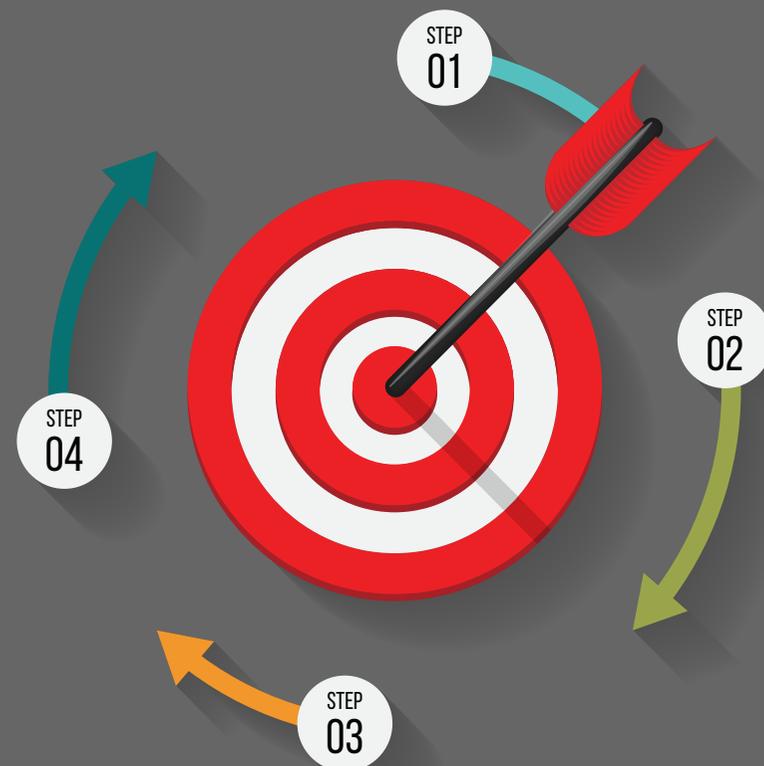
O usuário não está nem aí para isso, ele quer é interagir, se relacionar, conhecer mais sobre determinado assunto e até comprar um produto ou serviço se convier a ele no momento. Por outro lado, ele sempre busca soluções para seus problemas e é nessa hora que você deve estar presente, chamar sua atenção, ajudá-lo a compreender a situação, explicar como os problemas podem ser resolvidos e, aí sim, mostrar que você tem a solução para eles.



# Tenha um objetivo

Fazer uso das redes sociais apenas porque todo mundo está lá é uma grande perda de tempo. É preciso ter objetivos claros.

Você pode usar a rede para fortalecer sua marca, se relacionar com seu público e até vender seu produto ou serviço, desde que em primeiro lugar você abra um diálogo com sua base.



# Segmente o público

---

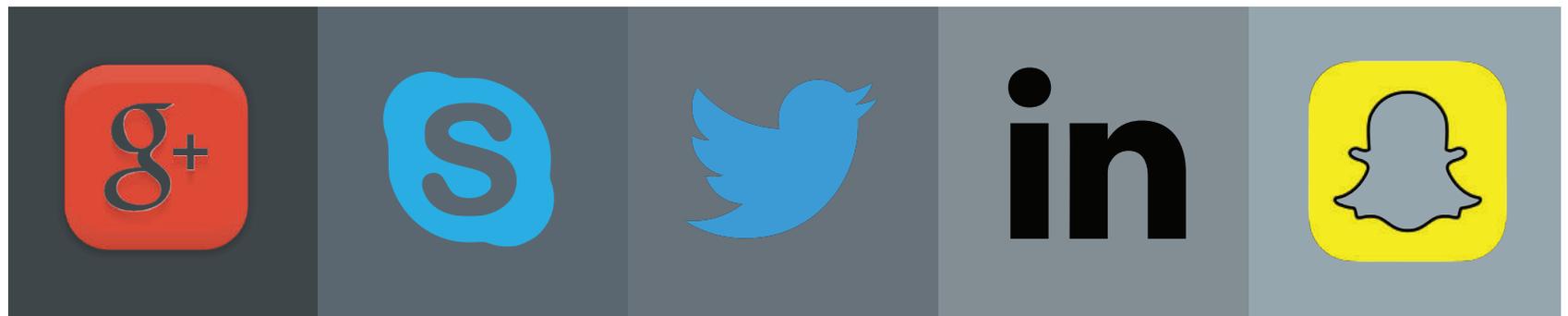
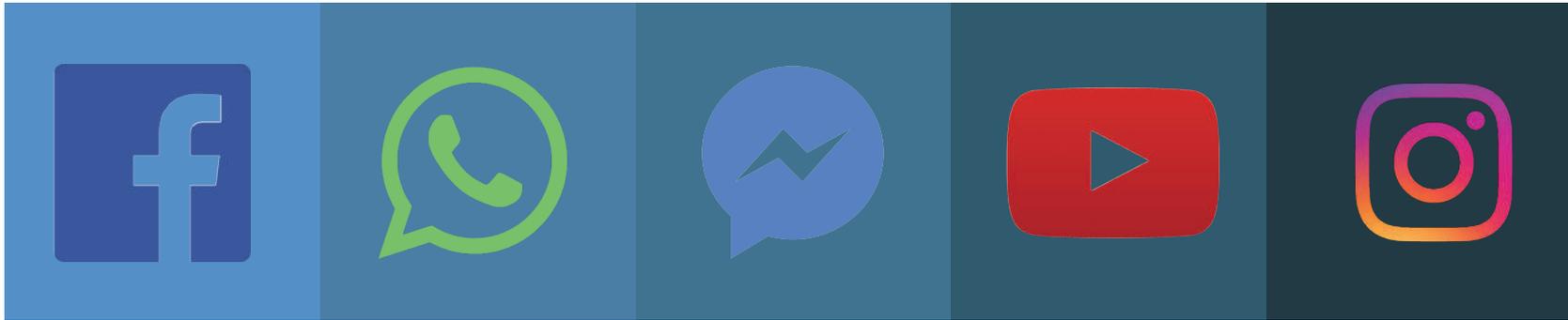


Quem é o público que você quer atingir? Se sua resposta for “todo mundo”, está fazendo isso errado. Defina seu público-alvo segmentando por sexo, idade, condição socioeconômica e que possa ter interesse no serviço ou produto que você oferece.

# VOCÊ SABIA?

---

As 10 redes sociais mais utilizadas no Brasil



# Conheça seu cliente

---

Para segmentar o público é necessário conhecer o cliente. Aí cabe uma pesquisa com aquele que compra seus produtos, para conhecer melhor seus hábitos na internet, procurando saber: quais as redes das quais ele participa, como é seu comportamento na internet, que tipo de problemas ele tem a resolver quando compra seu produto ou contrata seu serviço, entre outras respostas que te ajudarão a criar uma boa estratégia na internet.



# Escolha as redes sociais apropriadas

É preciso ser assertivo e falar com seu público onde ele estiver. Se ele está interessado em capacitação e treinamento, é possível que o LinkedIn seja mais apropriado para seu negócio. Já se ele é interessado em moda, pode ser que o Instagram seja a ferramenta mais adequada. Uma pizzaria pode apostar no facebook, já que há possibilidade de publicar imagens associadas a textos.

Claro que seu cliente pode estar em mais de uma rede social, o importante é compreender qual delas faz mais sentido para seu negócio para concentrar suas ações e saber falar com público de acordo com o perfil da ferramenta.



# VOCÊ SABIA?



O brasileiro passa 9h por dia na internet.  
Isso faz do Brasil o terceiro país mais conectado do mundo.

Fonte: We Are Social

# Defina o conteúdo a publicar

É importante ter conteúdo com frequência, mas não dá para postar qualquer coisa apenas para “cumprir tabela”. É preciso ter objetivos claros, como atrair a atenção do seu público para poder se relacionar sempre com ele.

Por exemplo, se você é dono de uma imobiliária, não precisa mostrar apenas as casas ou propriedades que estão à venda. Pode postar informações relevantes sobre o acesso à região, sobre a vida social daquele bairro ou cidade, sobre as opções de lazer, sobre os bons restaurantes, sobre as escolas para educar os filhos. Se ele está estudando se mudar para aquele lugar, quanto mais informações úteis você puder ter a respeito, mais isso poderá influenciar em sua decisão.



# Poste fotos e invista em vídeo

Recursos multimídias provocam grande engajamento no público. Se o produto que oferece rende ótimas imagens, use o Instagram. Por outro lado, se você tem um vídeo publicado no Youtube, uma das redes mais utilizadas, seu conteúdo ficará disponível para usuários que eventualmente possam encontrá-lo por meio do mecanismo de busca da própria ferramenta ou de outros sites, como o Google.

Observação: para fotos, quando mais qualidade tiver a produção, melhor. Isso é válido também para vídeos, com atenção à qualidade do áudio, pois de nada adianta uma boa imagem se o som estiver ruim.



# Avalie o controle

---



Depois de criar uma estratégia, definir o público e postar regularmente, é preciso avaliar suas ações, para então saber se está dando resultado ou não. Cuidado, pois número de fãs ou curtidas não, necessariamente, deve ser considerado métrica de sucesso.

# VOCÊ SABIA?

---

- brasileiro passa 3h por dia ao celular  
Fonte: associação de marketing móvel MMA



# Defina um responsável

Você pode seguir dois caminhos.



1) Treinar uma equipe própria e definir um responsável para cuidar das redes sociais;



2) Contratar um profissional ou uma agência especializada, para ajudá-lo a entender o cliente, definir o público, estruturar os canais, criar estratégias e avaliar os resultados.

# Dedique-se à publicidade

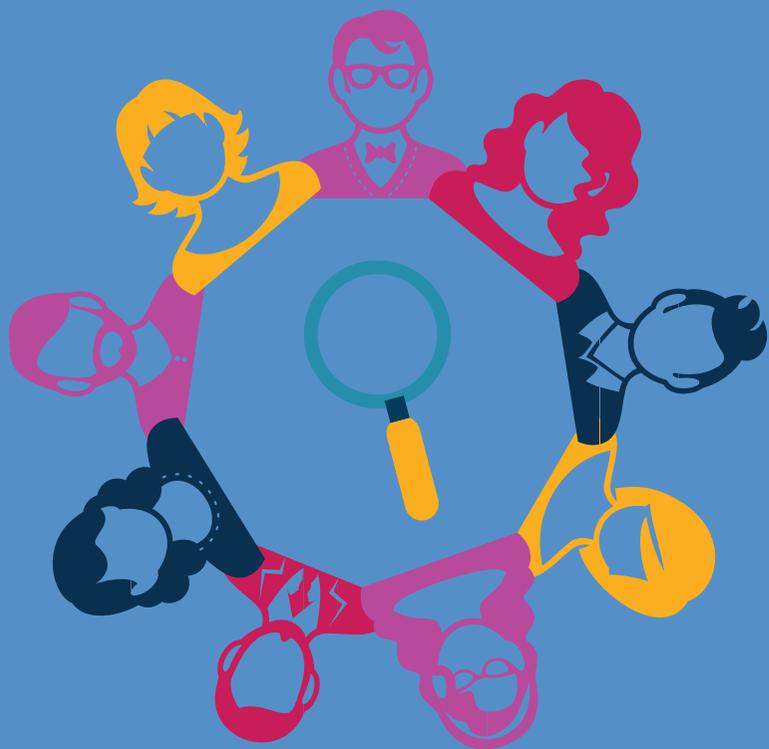
Não basta criar conteúdo nas redes sociais, é preciso que este conteúdo atinja seu público de interesse. Por exemplo, se o seu alvo é um arquiteto, é possível que faça parte de um grupo de arquitetos ou profissionais do segmento da construção civil no Facebook. Seu conteúdo pode ser compartilhado neste espaço, com o objetivo de atraí-lo para seu blog ou outra rede social. Para aumentar o alcance de suas publicações, você também pode recorrer à propaganda paga em canais como o Facebook.

Para isso, entretanto, mais uma vez é necessário segmentar o público-alvo.



# Não esqueça o foco DO cliente

---



Novamente ressaltamos: redes sociais são feitas por pessoas para pessoas e você deve respeitar isso. Nunca tente se impor sobre as vontades do seu cliente, pois ele pode simplesmente virar as costas e não te dar atenção. Ou, pior, pode até falar mal de você na internet. Aceite que isso pode acontecer em algum momento e você terá de lidar com a situação de maneira assertiva.

Gostou das dicas?

Saiba que há uma infinidade de conteúdo sobre o assunto que poderá te ajudar. Pode parecer algo simples, mas, quando se trata de um negócio, há estratégias que podem melhorar e muito o desempenho da sua empresa nas redes sociais.

# VOCÊ SABIA?

---



Em 2013, 88% das empresas já estavam presentes em uma rede social.

Fonte: Meio e Mensagem.

# Obrigado!

Obrigado por baixar o ebook  
GUIA BÁSICO - Como usar as redes sociais para  
impulsionar o negócio.

Fique à vontade para entrar em contato, fazer críticas ou  
sugestões.

Se você já utilizou alguma das ações apresentadas aqui em  
sua Fanpage e quer compartilhar sua experiência,  
estamos ansiosos para saber quais foram os resultados e  
principalmente as suas dificuldades, pois são nelas que  
podemos evoluir.

 [acessolivrecom](#)  
 [acesso livre comunicação](#)  
 [alivre.com.br](#)