

---

# GUIA: COMO PROMOVER SUA EMPRESA NAS REDES SOCIAIS

---



**FEIJÃO em ARROZ**

Introdução .....	3
Por que usar as redes sociais.....	6
Melhores práticas.....	12
Erros que devem ser evitados.....	24
Conclusão .....	28
Sobre a Feijão com Arroz .....	30



# INTRODUÇÃO

## Introdução



Para serem conhecidas no mercado, as empresas precisam **divulgar seus produtos e serviços**. Com as redes sociais, esse processo ficou mais fácil. Sites e blogs podem ser facilmente apresentados a um público amplo, que abrange não só os clientes que a empresa já possui, mas também os potenciais, que podem ser atraídos e entrar em contato com a marca.

Porém, para que o resultado desse processo seja positivo, é preciso saber promover sua empresa nas redes sociais. Muitos acreditam que basta inserir posts e promover alguns deles para obter retorno. Mas o processo é mais complexo, exigindo cuidados e atenção específicos. Nesse cenário, também é preciso considerar o conteúdo que deve ser publicado e as maneiras de engajar os clientes.



É por esses motivos que este e-book foi criado. Este é um guia sobre como promover sua empresa nas redes sociais, apresentando os motivos pelas quais estes ambientes devem ser usados, quais são as melhores práticas e os erros que devem ser evitados.



Além disso, serão mostrados os tipos de conteúdos que devem ser postados, como gerar engajamento, interagir com os leitores e fazer anúncios.

Com estas informações, a sua empresa terá muito chances de êxito nas redes sociais.



# POR QUE USAR AS REDES SOCIAIS

---



## Por que usar as redes sociais



Para encontrar a resposta, basta pensar que há mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo que usam as redes sociais. Ou seja, elas são uma ótima forma de divulgação, sendo que 68% das pessoas querem opinar sobre produtos e serviços por meio destes canais de comunicação, segundo dados da Nielsen, que realiza pesquisas sobre informações e comportamentos dos consumidores.



Em resumo, podemos entender que as redes sociais podem e devem ser usadas para divulgar as empresas. Mas há diversos motivos que justificam por que usar as redes sociais.

### TERMÔMETRO SOBRE A REPUTAÇÃO DA MARCA

As redes sociais podem dar uma ideia da reputação do público perante a marca. A partir da identificação deste conhecimento, é possível identificar pontos de melhoria, posicionando-se de forma mais adequada.

Também é possível apontar se algum produto ou serviço agradou ou desagradou o público, se alguma ação causou problemas etc. Assim, em vez de aplicar uma pesquisa de mercado, as redes sociais trazem essa informação espontaneamente.

### SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE

Já ouviu falar dos números para Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC)? As redes sociais fazem esse papel de maneira mais eficiente, porque permitem que os clientes e fãs da marca expressem suas opiniões e problemas, deixem seus comentários, compartilhem experiências e peçam ajuda sempre que necessário.



Por isso, é fundamental não só responder os comentários dos usuários, mas também ter profissionais qualificados para esse atendimento, porque, a partir dele, é possível **atrair e conquistar clientes**.

### CONSTRUÇÃO DE UMA BOA REPUTAÇÃO E DE CREDIBILIDADE

Toda marca precisa ter uma boa reputação. Caso contrário, vai acabar falindo. As redes sociais ajudam a construir uma boa reputação, atendendo aos objetivos organizacionais, mas também tendo um posicionamento e uma imagem desejada pela marca.



Esse elemento também passa pela credibilidade, porque a atualização das redes sociais passa ao usuário a impressão de que a marca está preocupada com ele, que oferece conteúdos relevantes e que agrega valor.

### ENTENDIMENTO SOBRE O PÚBLICO

As redes sociais permitem conhecer melhor o público da marca, entendendo seu comportamento, suas necessidades e suas demandas. Com a ajuda das métricas de monitoramento e também com a análise dos relatórios proporcionados pelas redes sociais, é possível conhecer diversos detalhes a respeito do público, como sua faixa etária, o horário que mais acessam as redes sociais, os tipos de conteúdos mais interessantes a esse público etc.

### CRIAÇÃO DE ENGAJAMENTO DA MARCA

As redes sociais ajudam a engajar os clientes. Isso é feito especialmente por meio de conteúdo relevante e de um atendimento de qualidade, tanto em lojas físicas e virtuais quanto nas redes sociais. Quando se tornam fãs, os usuários se tornam divulgadores espontâneos da marca.



### REFERÊNCIA

As redes sociais também ajudam a marca a se tornar uma referência para os clientes. A ideia é que, sempre que tiverem algum problema ou uma dúvida relativa ao assunto trabalhado pela marca, esse público entre em contato, seja acessando o conteúdo do blog e do site, telefonando ou deixando alguma mensagem ou comentário nas redes sociais.

Assim, está mais do que claro que as redes sociais devem ser usadas pela empresa como mais uma forma de divulgar a marca, engajar clientes, ter resultados positivos e melhorar sua reputação. Mas, para conseguir isso, é preciso adotar as melhores práticas relacionadas a este canal de comunicação.



# MELHORES PRÁTICAS



Para ter resultados positivos com as redes sociais, as empresas precisam fazer um bom gerenciamento de seus perfis. Isso passa por uma série de ações que devem ser adotadas, como posts com conteúdos relevantes, escolha da rede social mais adequada para sua empresa, entre outras práticas. Conheça alguns elementos importantes.

### **COMO ESCOLHER AS MELHORES REDES SOCIAIS PARA O SEU NEGÓCIO?**

Existem diversas redes sociais que podem ser adotadas pelas empresas, mas cada marca deve escolher as opções mais adequadas. A escolha deve ser realizada de acordo com as necessidades de cada organização. Por isso, é importante conhecer as principais redes sociais.

### FACEBOOK

Somente no Brasil, o Facebook tem mais de 60 milhões de adeptos. Por isso, esta rede social é uma boa opção para marcas que querem ter ampla abrangência. Basicamente, as vantagens do Facebook são a possibilidade de indexação por mecanismo de busca (aumentando as visitas da fanpage e do site) e de criação de campanhas para a rede social da marca, o fato de não haver limitação de número de fãs e a chance de atingir um público bastante abrangente.



Além disso, o Facebook tem ferramentas específicas para as empresas, como o Facebook Marketing, que aumenta as chances de a empresa obter resultados positivos tanto em relação às vendas quanto à reputação da marca.

### TWITTER

Se você acha que o Twitter é uma rede social desatualizada, que quase ninguém mais usa, está enganado. O microblog tem uma boa possibilidade de interação por meio das palavras com hashtags.



Além disso, a ideia do Twitter é ser uma rede social bastante dinâmica, que chame para o site ou o blog da empresa, já que as postagens têm limite de 140 caracteres.

Outra característica do Twitter é que as empresas são bastante descontraídas — isso também ocorre em outras redes sociais, mas, no Twitter, as piadas e as brincadeiras são bastante marcantes.

## FOURSQUARE

A grande diferença do Foursquare é usar o serviço de geolocalização. Assim, a empresa pode marcar onde está e quais são suas características e os clientes podem fazer check-in, mostrando que frequentam aquele estabelecimento. Assim, os amigos desse cliente são atraídos e podem se tornar consumidores da marca.

Além disso, as empresas podem criar promoções especiais pelo Foursquare, como liberar specials para clientes que trouxerem um determinado número de amigos, para um usuário que faz check-in pela primeira vez ou para as primeiras pessoas que chegarem ao estabelecimento.

### GOOGLE+

A rede social do Google pode ser interessante para empresas que sabem utilizá-la. A vantagem para os negócios é poder categorizar seus seguidores, separando-os segundo gênero, perfil, localização, faixa etária etc.



Também é possível definir que alguns posts sejam apresentados somente para um círculo de pessoas, aumentando as chances de interação. O Google+ ainda oferece a chance de criar uma videoconferência com os clientes e postar animações.

### YOUTUBE

Focado em vídeos, o YouTube é uma forma importante de divulgação da marca por meio de vídeos institucionais, de conteúdo em vídeo ou de vídeos de eventos proporcionados pela marca. A grande vantagem é poder linkar o vídeo a outras redes sociais, ao blog e ao site da empresa.

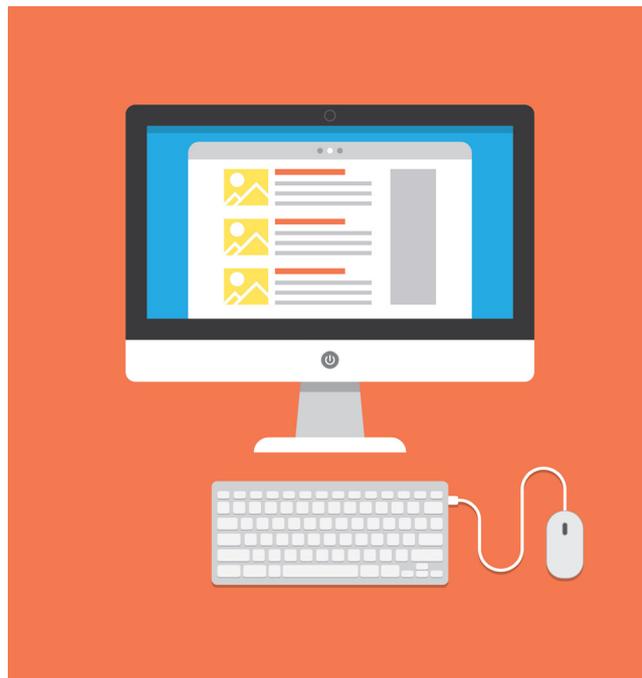
### BLOG

O blog é a ferramenta ideal para divulgar conteúdos e oferecer informações relevantes aos clientes da marca.



O maior benefício dele é atrair clientes potenciais e mostrar como a marca pode atender às demandas desses usuários. Em contrapartida, a marca pode ser fortalecida.

Além disso, o blog permite indexar conteúdos e otimizá-lo para que práticas de SEO (Search Engine Optimization) podem ser adotadas, obtendo melhores resultados para a empresa.



### INSTAGRAM

Outra rede social é o Instagram. Direcionada a fotos, o Instagram é ótimo para marcas que possuem **lojas virtuais**, porque elas podem divulgar seus produtos e aumentar as vendas. Da mesma forma, o Instagram permite que as postagens também sejam divulgadas no Facebook, aumentando a abrangência do post.



Conhecendo as redes sociais, a empresa consegue ver quais delas atendem às suas necessidades. Assim, passa-se à etapa dos conteúdos que devem ser postados.

### QUE TIPO DE CONTEÚDO POSTAR?

Para as redes sociais, o conteúdo postado é muito importante porque o usuário pode simplesmente deixar de seguir a marca. Assim, as postagens sempre devem ter algum propósito, evitando que a timeline do usuário fique lotada de posts desinteressantes.

Também é preciso cuidar com outras atitudes que podem interferir negativamente no conteúdo. Uma delas é xingar. É bastante comum que os usuários apresentem opiniões negativas ou xinguem a marca devido a algum problema. No entanto, a empresa nunca deve responder com xingamentos, mas sempre adotar uma postura de conciliação e de entendimento.

Outra atitude negativa é usar a rede social da marca para fazer uma espécie de diário virtual. Colocar os chamados textões não é recomendado, a não ser que aconteça algo específico que demande uma retratação. Caso contrário, é melhor postar de duas a três vezes no dia. No Twitter, a frequência de postagens pode e deve ser maior, porque o microblog possui a limitação de caracteres.

Também é preciso sair do clichê e evitar mensagens parecidas a conversas pessoais, ou seja, o post sempre deve ter um propósito. Por exemplo, a marca pode dar bom dia, mas, ao mesmo tempo, postar as promoções do dia, convidando o fã da rede social a interagir com a marca.

Por fim, deve-se cuidar do português. As palavras devem ser bem escritas e sem erros de ortografia, de pontuação ou de concordância.



### COMO GERAR ENGAJAMENTO?

Um dos principais objetivos das redes sociais é gerar engajamento. Nesse sentido, existem algumas dicas que podem ajudar muito nesse processo. Uma delas é a qualidade gráfica dos posts, porque postagens mais atraentes trazem uma quantidade maior de usuários.

Por isso, a dica é apostar em imagens. Para se ter uma ideia, já foi comprovado que posts com fotos geram quatro vezes mais engajamento no Facebook que um post apenas com texto.

A marca também precisa ter a sua personalidade nas redes sociais. Fugir da mesmice é importante para atrair usuários e os profissionais que trabalham em redes sociais devem aproveitar situações do dia a dia para gerar conteúdo relevante.

Por exemplo, uma cena da novela que está sendo bastante comentada naquele dia pode ser usada para divulgar uma promoção da marca.



**Essa personalidade também passa pela ideia de humanização da empresa. Ou seja, a dica é mostrar aos usuários que a marca não quer apenas vender, mas também se preocupa com elas.**

Conseguir angariar advogados da marca é outra atitude importante para gerar engajamento. Neste caso, a ideia é que os fãs da marca mostrem porque gostam dela. Isso pode ser feito por meio de convite da empresa, por meio de uma promoção ou também repassando os posts dos usuários sobre a marca.

A empresa também pode premiar seus fãs, desde que essa não seja uma atitude banal. É preciso premiar com consciência, traçando uma estratégia específica. Assim, os usuários veem que a empresa quer retribuir o que eles fazem e não apenas conquistar mais fãs. Assim, fazer uma promoção para premiar fãs toda a semana não é legal. Mas ter uma estratégia para dar prêmios aos mais criativos em determinada promoção é uma ação bastante válida.

A última estratégia de engajamento é postar mensagens curtas, objetivas e bastante claras. É preciso lembrar que o usuário provavelmente está acessando o conteúdo por meio de seu smartphone. Atentar-se a esse detalhe pode ser determinante para o sucesso do engajamento da marca.

### COMO INTERAGIR COM OS LEITORES?

Os leitores são superimportantes quando se fala em redes sociais. Por isso, interagir com eles é fundamental. Como você já viu neste e-book, a marca deve sempre adotar uma postura positiva, independentemente da crítica que receba. A ideia é mostrar que a opinião do usuário é bem-vinda e que ele está sendo ouvido e atendido.

Portanto, ter uma equipe de profissionais especialmente para o atendimento aos usuários nas redes sociais pode ser uma estratégia necessária, considerando que, quanto maior o número de fãs, maior a quantidade de comentários e interações.

Na medida do possível, todos os comentários e mensagens devem ser respondidos ou obter alguma interação da marca (como uma curtida, por exemplo). Quando isso não for possível, no mínimo, deve-se sempre atender às reclamações e dúvidas, deixando claro para o usuário que, por meio da rede social, ele terá o atendimento que precisa.



### COMO FAZER ANÚNCIOS?

Cada rede social possui sua forma específica de fazer anúncios. No entanto, na maioria delas, é possível definir qual público receberá esse anúncio. Essa classificação ajuda a atingir o público certo, oferecendo mais chances de retorno (é claro que, para isso, a empresa precisa conhecer seu público-alvo).

Além disso, o anúncio precisa ser atraente, trazendo uma **imagem** que chame a atenção e um texto relevante. É importante ser conciso e objetivo, mas repassar a informação principal, a fim de que o usuário não fique confuso.

O investimento com o anúncio dependerá do que a empresa deseja, mas a verdade é que o mais importante é ter definido qual é o público-alvo da empresa e qual é o comportamento desses usuários. Assim, pode-se especificar mais as regras do anúncio, fazendo com que ele tenha mais êxito.



## ERROS QUE DEVEM SER EVITADOS

---



Atuar em redes sociais exige uma série de cuidados e atenções, porque muitos erros e falhas podem ser cometidos durante esse processo. Por isso, a empresa precisa ter clareza sobre os principais erros que devem ser evitados. Veja alguns deles.

### NÃO SE COLOCAR NO LUGAR DO USUÁRIO

Mesmo sendo representante da marca, você também é um usuário de redes sociais. Por isso, antes de postar um conteúdo, verifique se você teria interesse nele. Se a resposta é sim, siga em frente. Se a resposta é não, melhor repensar. A dica é postar conteúdos relevantes, inéditos, promoções e novidades.

### NÃO OFERECER OPÇÕES DE COMPARTILHAMENTO

As redes sociais devem ser preenchidas com conteúdos diferentes daqueles que estão no site e no blog da empresa. É importante compartilhar informações, convidando o usuário a acessar outras redes da marca, o site ou o blog do negócio. O ideal é fazer os leitores transitarem entre os ambientes em que a empresa está presente na internet — por exemplo, passar do blog para as redes sociais e vice-versa.

### NÃO OTIMIZAR O CONTEÚDO

O conteúdo não deve apenas ser relevante, mas também otimizado, ou seja, não deve haver quebras dos links, as imagens não podem ficar invisíveis, devem ter um tamanho adequado etc.

Atentar-se a esse resultado estético e funcional é fundamental para o resultado da postagem.

### NÃO PERSONALIZAR O CONTEÚDO

Como já foi abordado, o conteúdo deve ser inédito, sem replicar o que já está no site ou no blog da empresa. A ideia é oferecer um conteúdo inédito, que pode estar linkando para algum artigo do blog, por exemplo.



### NÃO FAZER POSTAGENS REGULARES

Quando a marca não tem regularidade nas postagens, passa a impressão de que não está preocupada com o usuário e este, por sua vez, perde o interesse. Por isso, é importante postar todos os dias, assegurando tráfego, engajamento e participação dos usuários.

### NÃO POSTAR CONTEÚDOS QUE GERAM ENGAJAMENTO

Nem toda postagem vai gerar engajamento, mas é preciso fazer essa mensuração e começar a apostar nas postagens mais populares. Lembre-se: mais engajamento, **mais chances de vendas.**

Adotando essas práticas vistas no e-book e evitando os erros citados, a empresa terá um resultado melhor e aumentará suas chances de boa reputação e de vendas.



# CONCLUSÃO



As redes sociais são um canal de comunicação perfeito para as empresas que querem conquistar mais clientes e **fidelizar** aqueles que já possui. Porém, é preciso ter práticas adequadas, evitando erros que podem destruir todo o resultado positivo já construído.

Se você quer ter bons resultados, siga as dicas apresentadas no e-book e procure por mais informações.

**FEIJÃO** com **ARROZ**

A **Feijão com Arroz** é uma empresa que trabalha para melhorar a **imagem profissional** do seu produto ou serviço. A ideia é trazer sites modernos e fáceis de usar, além de domínios exclusivos, que vão destacar a empresa perante a concorrência. Além disso, tudo é feito de forma rápida e barata.

Assim, a Feijão com Arroz trabalha com conteúdos personalizáveis, **páginas otimizadas para o Google** e suporte para dispositivos móveis — enfim, o serviço completo.

