

Introdução às redes sociais



Introdução às redes sociais

Sumário

Por que estar nas redes sociais?	03
Facebook	06
Instagram	09
WhatsApp	12
LinkedIn	15
Outras redes	18
Dicas para criar seus perfis e páginas	21
Para saber mais	23

Por que estar nas **redes sociais?**



Para começar esta conversa, é importante mostrar os motivos para estar presente nas redes.

Vamos lá?



Estar onde o(a) seu(sua) consumidor(a) está

As marcas e empresas devem estar onde o(a) consumidor(a) delas está, correto? E, certamente, boa parte do seu público está nas redes sociais, já que 66% da população brasileira é usuária desses canais*.

*Relatório Digital in 2019, feito pela We Are Social em parceria com a Hootsuite.



O boca a boca agora é online

Cada vez mais, as pessoas procuram e indicam produtos e serviços pelas redes sociais. Se você acessa o Facebook ou o Instagram, é provável que já teve um(a) colega recomendando alguma marca por lá, certo? Ter o seu negócio ali é uma forma de aumentar as chances de ser encontrado(a) por novos(as) clientes ou ser indicado(a) pelos(as) que já te conhecem.

24h

Vitrine digital, 24 horas por dia

Marcar presença nas redes sociais é também uma forma de ofertar produtos e serviços de um jeito orgânico (sem patrocinar a publicação) e ter a chance de ser ouvido(a)/lido(a) por um(a) potencial comprador(a). Além disso, o conteúdo que você gera nas redes funciona como uma vitrine que está sempre disponível.



Confiança e reputação

O espaço online pode ajudar a melhorar a reputação da sua marca, passando seriedade, credibilidade e permitindo que clientes e potenciais compradores(as) leiam a opinião de outras pessoas sobre seus produtos e serviços.



Falar e ouvir

Além de comunicar o que deseja, a interatividade desses espaços permite entender os anseios, gostos e preferências dos(as) consumidores(as). Ali, você pode ter a ideia de um novo produto, ajustar um serviço ou criar uma promoção. Ou seja, é um canal direto com o(a) consumidor(a) que pode render informações muito úteis para o seu negócio.

Facebook



O Facebook é a maior rede social do mundo e, aqui no Brasil, segue como uma das mais populares, com 130 milhões de usuários*.

Para empresas e prestadores de serviço, é possível criar um espaço com informações do seu negócio, por onde também é válido compartilhar conteúdo criado por você. Ou seja, usuários têm perfis e empresas têm páginas. As pessoas podem curtir essa página para acompanhar as postagens e têm a opção de mandar mensagens privadas para você por meio de um chat específico do Facebook.

Para começar a criar sua fanpage, acesse **www.facebook.com** ou **business.facebook.com**.

*Pesquisa da Statista, 2019.



Qual é o perfil de quem está lá?

Como são muitas pessoas com perfil nesta rede, o público é muito diverso: de jovens adultos a idosos. Ou seja, quase todo mundo está presente no Facebook, seja como usuário, seja como marca.

**Qual é o tipo de conteúdo para esta rede?**

O Facebook permite postar textos, vídeos, imagens e até fazer transmissões ao vivo (as famosas lives). A variedade de conteúdo que você pode compartilhar na rede social é imensa.

**Devo estar nesta rede social?**

Como é a mais popular atualmente, seja qual for o seu tipo de negócio, vale a pena ter a sua página no Facebook, sim.

Instagram



Segue ao lado do Facebook como uma das mais populares entre os brasileiros.

Nesta rede, o forte é a imagem. Todo texto, obrigatoriamente, tem que ter uma foto ou um vídeo. Além de postar conteúdo no feed (a sua linha do tempo), existe a opção de fazer lives e stories, que são postagens que ficam disponíveis por 24 horas para visualização de quem te acompanha na rede.

Também há a possibilidade de enviar e receber mensagens privadas.

Para começar, **baixe o aplicativo** no seu celular ou acesse **www.instagram.com**.



Qual é o perfil de quem está lá?

Existem pessoas de todas as idades e é onde se concentra a maior parte dos(as) chamados(as) influenciadores(as), que criam conteúdo sobre temas diversos e são acompanhados(as) por pessoas de todas as idades. Grande parte das marcas está presente com um perfil nessa rede.

**Qual é o tipo de conteúdo para esta rede?**

Vídeos e fotos, acompanhadas de texto ou não. O apelo visual é bem forte aqui, como já falamos. Além disso, nos stories é possível fazer conteúdos interativos, com espaço para enquetes e até filtros que tornam as postagens mais divertidas.

**Devo estar nesta rede social?**

Se o seu negócio tem potencial para render fotos e vídeos legais ou quer fazer conteúdo sobre produtos e serviços em vídeo, é o espaço ideal para isso.

WhatsApp



Além de um canal de comunicação, o WhatsApp também é considerado uma rede social.

Você pode falar com seus contatos (clientes) e criar grupos e listas de distribuição de mensagens para divulgar informações sobre o seu negócio, desde que as pessoas aceitem participar, é claro. Além disso, ele tem uma função de status, na qual você pode postar uma publicação que vai ficar disponível para os seus contatos por até 24 horas – semelhante aos stories do Instagram.

Para começar, é só **baixar o aplicativo** WhatsApp no seu celular e seguir os passos.



Qual é o perfil de quem está lá?

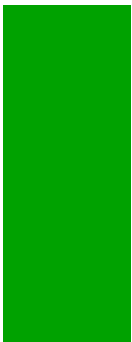
Hoje é difícil pensar em alguém que não está no WhatsApp, certo? Este se tornou um dos meios de comunicação mais populares para todas as idades. As marcas também já têm feito seus perfis comerciais como uma forma de receber pedidos, fazer orçamentos e tirar dúvidas.

**Qual é o tipo de conteúdo para esta rede?**

Aqui, a informação é o principal: quando um(a) cliente fala com você, é para saber alguma coisa, certo? Os grupos também têm essa função informativa, assim como o compartilhamento de mensagens entre os próprios usuários. Invista em produzir um bom conteúdo, que seja relevante, e não envie mensagens apenas por enviar, para marcar presença. Informação de qualidade é essencial para um bom atendimento, a retenção de clientes e a conquista de novos(as).

**Devo estar nesta rede social?**

Sim, pois é um canal simples para clientes e interessados(as) saberem mais sobre o seu negócio, de um jeito fácil e rápido. Mais do que divulgar conteúdo, esta é a rede social para compartilhar informação e atender o seu público de um modo fácil e rápido.



LinkedIn



in



Esta é uma rede social específica para assuntos profissionais, inclusive com divulgação de vagas de emprego.

Os conteúdos podem ser apenas em texto ou com recursos visuais, como fotos e vídeos.

Usuários têm perfis e empresas têm páginas, nas quais é possível saber mais sobre o negócio.



Qual é o perfil de quem está lá?

Pessoas que buscam colocação profissional e interessadas em temas relacionados à carreira. As empresas costumam estar presentes para recrutarem candidatos(as), compartilharem informações sobre projetos e boas práticas e até promoverem a imagem de especialistas.

**Qual é o tipo de conteúdo para esta rede?**

Assuntos ligados a desenvolvimento profissional, boas práticas, cases de projetos inspiradores, artigos de especialistas e promoção de imagem de marca e/ou profissional autônomo(a). A ideia é impulsionar a sua empresa como marca e não fazer ofertas e promoções.

**Devo estar nesta rede social?**

Depende. Pode ser um lugar útil para buscar inspiração e encontrar soluções criativas para o seu negócio, mas vale pensar se a presença deve ser como empresa ou perfil pessoal. Se você é um(a) profissional autônomo(a), um(a) especialista em alguma área, a rede pode ser ideal para produzir conteúdo por meio de artigos e vídeos, mostrar as suas habilidades e fazer novos negócios.

Outras redes



Neste e-book, a gente trouxe em destaque as redes mais populares, porém existem outros espaços onde você pode estar.

Aqui, falamos um pouquinho sobre eles, mas vale sempre ficar atento(a) às novidades, já que sempre surgem novas redes no radar.



YouTube

É possível encontrar desde um tutorial que ajuda a pintar um cômodo até o show da sua banda preferida. Aqui, os conteúdos são somente em vídeo, gravados ou ao vivo. Algumas empresas marcam presença, mas esse tipo de formato nem sempre é interessante para todos os tipos de negócio.



TikTok

Por enquanto, é mais popular entre jovens e adolescentes. Isso porque é uma plataforma em que pessoas costumam gravar vídeos de dublagem, fazer desafios de dança e usar filtros que brincam com voz e aparência. Até o momento, as empresas estão sendo discretas por ali, pois é um formato bem "moderno" e que exige bastante criatividade para ser relevante.



Twitter

Para empresas, funciona mais como um canal de conversa com o(a) usuário(a), como um espaço de atendimento. As postagens podem ser em texto ou acompanhadas de fotos e vídeos e têm uma limitação de caracteres para publicações. É muito dinâmica e um termômetro para saber os assuntos mais falados no Brasil e no mundo.



Pinterest

A rede social mais visual de todas as que falamos aqui. Nela, as pessoas salvam, curtem e compartilham fotos, gifs e vídeos sobre diversos temas. Pode ser inspirador para quem trabalha com imagem, decoração, ilustração, culinária, jardinagem etc. Algumas empresas que têm este perfil estão presentes, mas a relevância maior é para usuários(as) que querem salvar fotos para inspiração.

Dicas para criar seus **perfis e** **páginas**



Reunimos algumas informações para você criar um perfil forte nas redes em que decidiu estar:



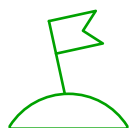
Seja claro e único

Tenha certeza de que o nome da sua empresa, o tipo de produto ou serviço que oferece e o meio de entrar em contato ou comprar o que vende está ali, sem margem para dúvidas. Também veja se já existem muitas outras páginas e marcas com o mesmo nome que você – o ideal é que você seja único(a) ali dentro.



Atualize-se sempre

Confira, de tempos em tempos, se as informações sobre o negócio e de contato continuam fazendo sentido – dados como telefone, e-mail e até elementos visuais, como logo e cores.



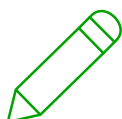
Explore seus diferenciais

Deixe claro porque o seu negócio merece ser considerado, mostrando os diferenciais dos seus serviços ou produtos.



A primeira impressão

Escolha imagens fortes e atrativas para o seu perfil e a foto de capa e cause uma boa impressão em quem acessa suas redes.



Atenção ao português

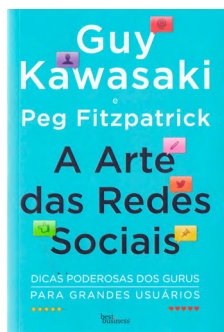
Revise todas as informações para garantir que tudo está escrito corretamente. Um erro de ortografia ou gramática pode pegar mal.

Para saber **mais**



Quer se aprofundar neste tema?

Separamos algumas sugestões para você:



Para ler...

A Arte das Redes Sociais, de Guy Kawasaki

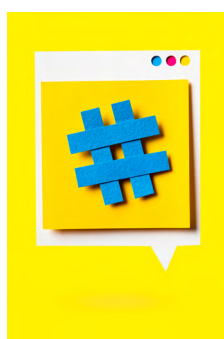
O autor fala sobre como as redes sociais são um termômetro de sucesso nos dias de hoje e dá recomendações do que fazer ou não fazer nos canais digitais.



Para assistir...

A Rede Social, 2010

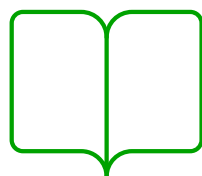
O filme mostra como Mark Zuckerberg começou a trabalhar na criação do Facebook e a trajetória do estudante de Harvard até se tornar o mais jovem bilionário da história.



Para estudar...

Sua Empresa nas Redes Sociais, no Sebrae (grátis)

Versão gratuita de um curso básico sobre o tema, que você pode fazer online. Acesse por <https://bit.ly/2ZOJODI> ou entre no site do Sebrae e digite o nome do curso.



Veja também nossos outros e-books disponíveis em sicredi.com.br/economialocal

