

GESTÃO DE REDES SOCIAIS

Tudo o que o você precisa
saber para fortalecer
a sua empresa

FIEMG

A NOSSA MISSÃO

**Promover a Indústria Mineira
em sintonia com os
interesses da sociedade.**

NOSSA VISÃO

Ser referência no Brasil, junto ao Setor Produtivo, na Defesa de Interesses, no fortalecimento do Associativismo, na melhoria da Educação e no alcance da Indústria do Futuro.

NOSSOS VALORES



Integridade e
cooperação



Eficiência e alta
performance



Empreendedorismo
e sustentabilidade



Respeito e
cuidado

QUEM SOU EU?

Flávia Bastos

**Comunicação Digital
no Sistema FIEMG**

Jornalista

*Pós-Graduação em Comunicação
e Gestão Corporativa*

*MBA em Comunicação Digital e
Mídias Sociais*





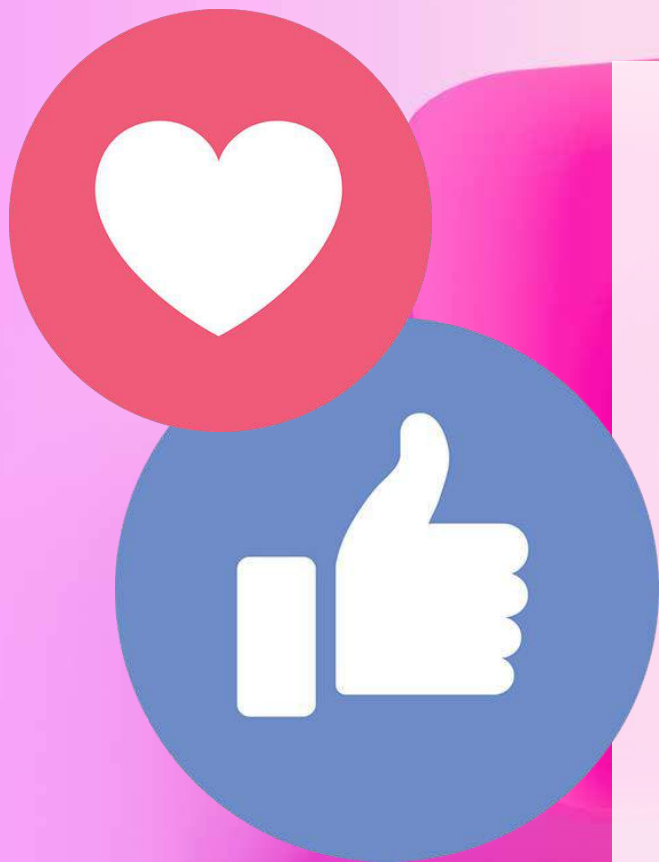
**QUAL É
A PROPOSTA
DESTA
CAPACITAÇÃO?**

VAMOS APRENDER MAIS SOBRE...

- A comunicação
- Redes sociais: uma nova era da informação
- É mídia social ou rede social?
- Senta que lá vem história...
- Redes sociais: conhecendo um pouco mais
- Entendendo melhor as redes
- Quais são as redes mais utilizadas no Brasil?
- Potencialidades
- Perigos x Desafios
- Planejamento: palavra essencial
- Monitoramento: o que é isso?
- E essa tal de métrica?
- Colocando a mão na massa!
- Dicas importantes
- Boas práticas

A COMUNICAÇÃO E INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO PESADA

- Desenvolvimento de comunicação -> aproximação com clientes, fornecedores e empregados
- Instituição precisa falar com seus públicos de relacionamento
- Aproximação com os meios de comunicação
- Investimento nos conteúdos digitais
- Pandemia de Covid-19 fortalece a presença nas redes sociais
- Fortalecimento do diálogo entre a classe industrial e a classe trabalhadora



REDES SOCIAIS: UMA NOVA ERA DA INFORMAÇÃO



- Facilitadoras de conexões sociais entre pessoas, grupos ou organizações
Ex.: grupo de amigos, família e filiados ao sindicato são redes sociais que podem se conectar presencialmente ou no mundo virtual
- Redes sociais como conhecemos hoje -> conectar pessoas dentro do mundo virtual
- As nossas relações estão pautadas pelas redes sociais.
Ex.: enviar uma mensagem pelo WhatsApp.

A young woman with blonde hair, smiling, is holding a white tablet. The tablet displays the text 'É MÍDIA SOCIAL OU REDE SOCIAL?' in white capital letters on a blue background with a yellow-to-green gradient on the left side.

**É MÍDIA
SOCIAL
OU REDE
SOCIAL?**

- **REDE SOCIAL:** grupos de conexões e relacionamentos que temos com as pessoas.
- **MÍDIA SOCIAL:** plataformas que garantem as conexões. *Ex: blogs, site e até mesmo o YouTube.*
- Redes sociais são uma categoria dentro das mídias sociais. São locais onde podemos interagir com as pessoas e organizações, mas nos quais estamos expostos a vários tipos de conteúdos.

SENTA QUE LÁ VEM HISTÓRIA...

1997

Surgimento do
Six Degrees



SENTA QUE LÁ VEM HISTÓRIA...

2002

Friendster é
criado

 friendster.



FIEMG

SENTA QUE LÁ VEM HISTÓRIA...

2003

MySpace chega
ao mercado



SENTA QUE LÁ VEM HISTÓRIA...

2003

LinkedIn: maior rede social profissional do mundo é criada

LinkedIn



SENTA QUE LÁ VEM HISTÓRIA...

2004

Orkut: surge no
mercado

orkut



SENTA QUE LÁ VEM HISTÓRIA...

2005

YouTube, maior
plataforma de vídeos
atualmente, surge



SENTA QUE LÁ VEM HISTÓRIA...

2006

Facebook começa oficialmente as suas operações para o público

facebook



FIEMG

**SENTA QUE
LÁ VEM
HISTÓRIA...**

2006

É criado o **Twitter**

twitter



FIEMG

SENTA QUE LÁ VEM HISTÓRIA...

2009

Whatsapp aparece
no mercado



**SENTA QUE
LÁ VEM
HISTÓRIA...**

2010

Criação do Instagram



**SENTA QUE
LÁ VEM
HISTÓRIA...**

2011

SnapChat é criado



**SENTA QUE
LÁ VEM
HISTÓRIA...**

2017

Foi a vez do TikTok



REDES SOCIAIS

CONHECENDO UM POUCO MAIS

CADA REDE TEM UMA PROPOSTA. HÁ OPÇÕES PARA TODOS OS GOSTOS E PERFIS.

- **Relacionamento:** criar conexões e compartilhar experiências.
Ex.: Facebook e Instagram
- **Entretenimento:** oferta de conteúdo de mídia, como fotos, vídeos, transmissões ao vivo e interações. *Ex.: YouTube*
- **Relacionamento profissional:** ampliar a rede de contatos, captação de talentos e busca por novas oportunidades de trabalho. *Ex.: LinkedIn*
- **Nicho:** focada geralmente em um setor. Só quem tem interesse naquele assunto tem uma conta ativa. *Ex.: TripAdvisor – viagens*

ENTENDENDO AS REDES SOCIAIS



- É fundamental entender o papel de cada rede
- Qual é a importância em estar presente naquela rede social
- Construir uma presença relevante na rede social

Facebook



- Maior rede social do mundo: **+ de 2,6 bilhões.**
- Oportunidade de entregar conteúdo relevante e de forma inovadora.
- Integrado ao Messenger: aplicativo de mensagens.
- Vender é mais fácil nessa rede social. Reúne marcas e compradores.

Ex: grupos de vendas

Instagram

- Usuários: **+ de 1 bilhão**
- Rede social que mais cresceu nos últimos anos
- Funcionalidades são ampliadas rapidamente
- Instagram Stories: momentos diários (foto ou vídeo em 15 segundos)
- IGTV – possibilidade para compartilhar vídeos com mais de 1 minuto
- Recentemente lançou o Reels – permite editar vídeos com vários efeitos
- Vantagens: possibilidades infinitas, inovações constantes e visibilidade, por estar focado em imagens e vídeos



YouTube



- Mais de **2 bilhões** de usuários
- Crescimento de conteúdos audiovisuais no marketing digital
- Potencial: **+ de 5 bilhões** de visualizações por dia
- Conteúdo diferenciado: formatos diversos
- Monetização: Youtuber virou uma profissão e gera receita para milhares de pessoas

Whatsapp

- São mais de **2 bilhões** de usuários
- É considerada a rede social mais popular do Brasil
- Marcada pela praticidade e agilidade na comunicação
- Comunicação 1 a 1; ou múltiplos usuários (privado ou grupo)
- Possibilidade de compartilhar documentos, fotos, vídeos, GIFs e figurinhas
- WhatsApp Business: facilitador para a compra de produtos. Ganhou mais visibilidade com a pandemia da Covid-19



LinkedIn



- São mais de **660 milhões** de usuários e **40 milhões** de brasileiros
- Marcas e instituições utilizam como plataforma de recrutamento de talentos e potencializador de carreiras
- Permite conexões entre recrutadores e pessoas que procuram uma oportunidade no mercado de trabalho
- Pode estimular negócios, devido à presença expressiva de empresários e tomadores de opiniões

Twitter

- Possui mais de **330 milhões** de contas ativas
- Limite de 280 caracteres
- É palco de discussões e debates político-sociais, além de ser um espaço de expressão
- Relacionamento com os seguidores: cria uma conexão mais forte
- Fortalecimento de posicionamento das marcas e instituições



TikTok



- Rede social com apelo jovem e em expansão
- São mais de **800 milhões** de contas cadastradas
- Vídeos com fundos musicais (entretenimento ao educacional)
- Alta visibilidade para produtores de conteúdo iniciantes

QUAIS SÃO AS REDES SOCIAIS MAIS UTILIZADAS NO BRASIL?



1. **Facebook:** 2,271 milhões
2. **YouTube:** 1,900 milhão
3. **WhatsApp:** 1,500 milhão
4. **Facebook Messenger:** 1,300 milhão
5. **WeChat:** 1,083 milhão
6. **Instagram:** 1 milhão
7. **TikTok:** 500 mil

POTENCIALIDADES DAS REDES SOCIAIS

- Comunicar-se de maneira efetiva
- Falar de forma estratégica: você fala da forma certa com quem tem interesse em ouvir
- Criar um posicionamento forte para a sua empresa
- Realizar publicações regulares
- Interagir com o público nas postagens
- Usar as redes sociais como canal de atendimento
- Criar conteúdos focados em entregar valor ao público
- Desenvolver conteúdo que gere interações

PERIGOS & RISCOS



- **Vazamento de dados:** é preciso ter cautela quanto ao tratamento de informações de cidadãos comuns
Na Europa, a GDPR já amplamente difundida, inspirando a Lei Geral de Proteção de Dados, no Brasil.
- **Disseminação de notícias falsas:** antes de compartilhar algum conteúdo, verifique se a fonte é confiável.

COMO DEFINIR UMA REDE SOCIAL?



- **É importante estudar cada rede social:** conheça as funcionalidades de cada rede e quais serão os benefícios para a sua empresa
- **Analise os seus pares:** avalie e observe o que outras empresas afins estão fazendo no mundo digital.
- **Cuidado:** o que às vezes é ótimo para uma instituição, pode não ser bom ou não ter resultado na minha.

CONHEÇA O SEU PÚBLICO

- Quais são os hábitos dele on-line?
- Em quais mídias sociais ele está presente?
- Como ele utiliza as redes sociais?



CRIANDO A SUA PERSONA

Público-alvo

Homens e mulheres, de 24 a 30 anos, solteiros, graduados em arquitetura, com renda média mensal de R\$ 3.500. Pretendem aumentar sua capacitação profissional e gostam de viagens.

Persona

Pedro Paulo tem 26 anos, é arquiteto recém-formado e autônomo. Pensa em se desenvolver profissionalmente através de um mestrado fora do país, pois adora viajar, é solteiro e sempre quis fazer um intercâmbio. Está buscando uma agência que o ajude a encontrar universidades na Europa que aceitem alunos estrangeiros.

Podemos chamar de Persona o seu **CLIENTE IDEAL**

CRIANDO A SUA PERSONA

Ter uma persona ajuda a:

- Determinar o tipo de conteúdo que você precisa criar
- Definir o tom e o estilo das suas postagens
- Ajudar a desenhar suas estratégias de marketing de acordo com o público que deve ser focado
- Definir os tópicos sobre os quais você deve escrever
- Entender onde o seu público busca suas informações e como ele quer consumi-las



CRIANDO A SUA PERSONA

Como achar a sua persona? Responda a essas perguntas:

- Quem é o seu potencial cliente? (características físicas e psicológicas do responsável pela compra)
- Que tipo de assunto ele tem interesse dentro do seu setor?
- Quais são as atividades mais comuns que ele realiza (tanto pessoal quanto profissionalmente)?
- Qual seu nível de instrução? Quais seus desafios e obstáculos?
- Que tipo de informações ele consome e em quais veículos?
- Quais são seus objetivos, suas dificuldades e desafios em geral?
- No caso de produtos B2B, qual é o tipo de empresa que compra a sua solução? E qual o cargo de quem compra?
- Quem influencia suas decisões?
- Como deve ser o tom dos seus conteúdos para a sua persona?

CRIANDO A SUA PERSONA



Características que você deve apresentar da sua PERSONA:

- Idade;
- Cargo;
- Hábitos;
- Frustrações;
- Desafios;
- Crenças;
- Hobbies;
- Estilo de vida;
- Hábitos de compra;
- Quais mídias preferem;
- Quem os influencia;
- Quais tecnologias usa;
- Onde busca informação;
- Critérios de decisão na hora da compra;
- Momento da jornada de compra em que se encontra.

Dê um nome para o seu cliente ideal.

PENSE NA LOGÍSTICA



**Eu consigo
atualizar aquela
rede social com
qual frequência?**

PENSE NA LOGÍSTICA



**Eu tenho
condições de
produzir conteúdos
de qualidade para o
meu público?**

PENSE NA LOGÍSTICA



**Muito importante:
gerencie seus esforços
naquilo que você
consegue fazer bem e
tenha foco.**

PLANEJAMENTO PALAVRA ESSENCIAL

- Crie um calendário (isso mesmo) e possíveis conteúdos (pode ser planilha, um caderno ou outro material) para a rede social
- Escolha o formato que funcione para a sua empresa
- Pense novamente no seu público (o que ele quer ver ou ler)
- Utilize a sua criatividade (crie conteúdos interessantes com dicas ou pequenos vídeos)
- Mude quando for necessário: toda estratégia pode e deve ser revista.



PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO - ENTIDADE/EMPRESA

DATA	EDITORIA	TEMA	CONTEÚDO	OBJETIVO	PÚBLICO	CALL TO ACTION	FORMATO	CANAIS
01/ago - dom								
02/ago - seg								
03/ago - ter								
04/ago - qua								
05/ago - qui								
06/ago - sex								
07/ago - sáb								
08/ago - dom								
09/ago - seg								
10/ago - ter								
11/ago - qua								
12/ago - qui								
13/ago - sex								
14/ago - sáb								
15/ago - dom								
16/ago - seg								
17/ago - ter								
18/ago - qua								
19/ago - qui								
20/ago - sex								
21/ago - sáb								
22/ago - dom								
23/ago - seg								
24/ago - ter								
25/ago - qua								
26/ago - qui								
27/ago - sex								
28/ago - sáb								
29/ago - dom								
30/ago - seg								
31/ago - ter								

DICAS DE PLANEJAMENTO

- Constância é mais importante que frequência. Como assim?

Ex: se você posta 3x por semana, não mude bruscamente para 6x.

- Mantenha um padrão no seu calendário de postagens.
- Crie um mapa de tópicos: defina os assuntos que possam te ajudar na produção de conteúdo e quais temas o seu público gostaria de ver.



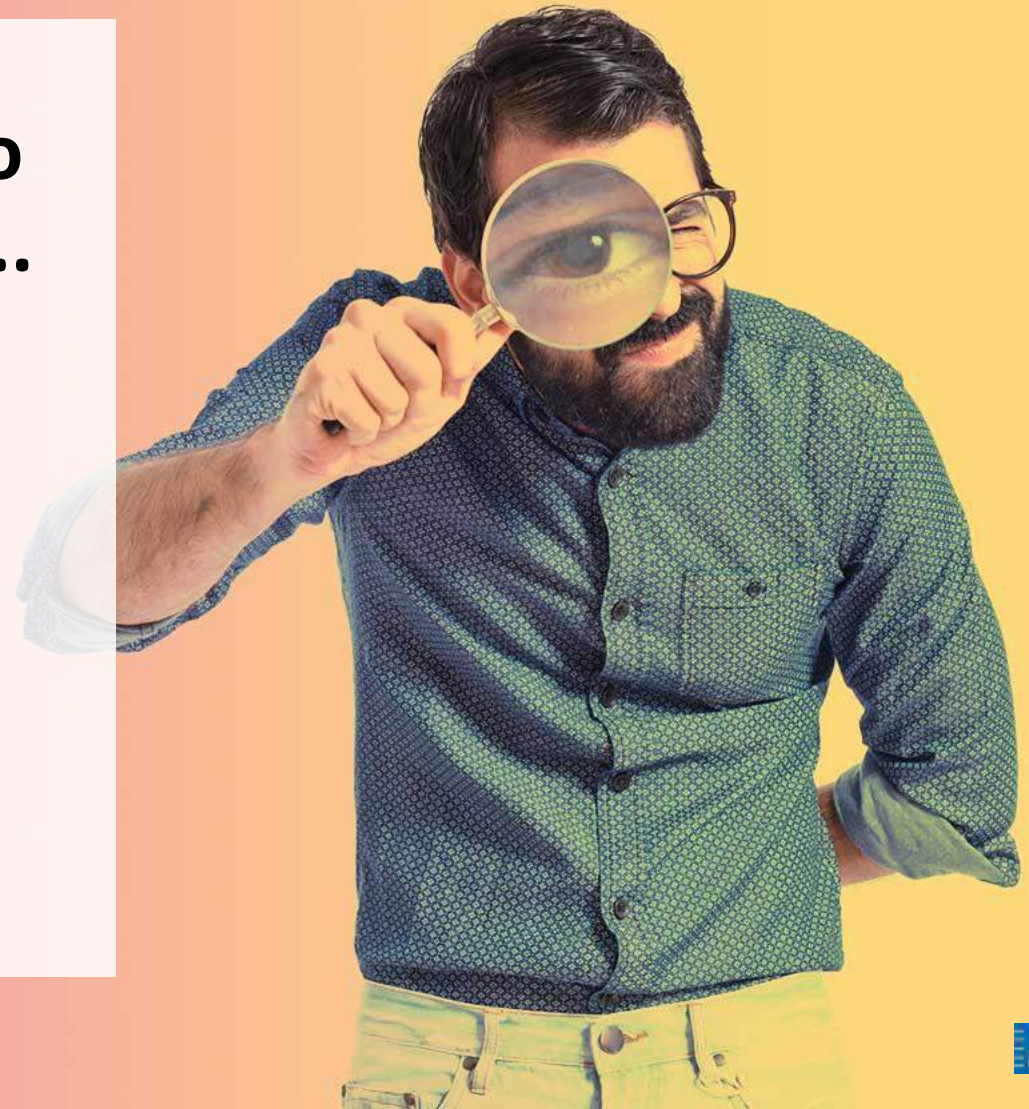
MOMENTO DA PUBLICAÇÃO

- A hora de publicar é tão importante quanto a do planejamento.
- Avalie os horários da publicação e se os links estão corretos.
- As chamadas são essenciais para atrair a atenção do público.
- Qual é o tom que você vai utilizar para a sua empresa?
- Como a sua entidade quer conversar com o público?

MONITORAMENTO: O QUE É ISSO?

Depois de publicar um post, o trabalho só está começando...

- É preciso estar atento a tudo o que acontece nas suas redes sociais:
 - Comentários
 - Menções
 - Avaliações
 - Chat (mensagens ou dúvidas)



MONITORAMENTO: O QUE É ISSO?

- É através do monitoramento das redes sociais que podemos identificar quais são os melhores caminhos para ser seguido por um produto ou serviço ou então, ter uma percepção exata do conceito da marca junto ao público.
- Monitoramento de redes sociais pode trazer uma compreensão do comportamento do público através da observação do que lhe agrada ou não, além é claro, do entendimento da percepção da entidade junto ao público que faz uso dessas mídias.
- Identificar tendências do mercado através do mapeamento dos assuntos mais buscados/comentados pelos usuários mais aderentes à sua persona.

E ESSA TAL MÉTRICA?

- As **métricas para redes sociais** servem para avaliar o resultado das suas ações on-line, por meio de dados que ajudam a entender o comportamento e o perfil do usuário, as tendências do mercado e outras variáveis.
- Cuidado com as métricas de vaidade!

Ex.: Sua publicação teve 5.000 curtidas? Parabéns, você provavelmente mereceu. Mas ela não te ajuda a tomar nenhuma decisão e nem fornece informações sobre ações futuras. Então você pode acompanhá-las, só não gaste tanto tempo com elas.



ALCANCE

O alcance conta quantas pessoas viram as suas postagens naturalmente, sem que você pagasse um centavo. Essa métrica se relaciona diretamente com os algoritmos das mídias sociais, que são os critérios que vão definir se um certo conteúdo é relevante e será “entregue” para um determinado usuário.

ENGAJAMENTO

Este dado revela quantas pessoas se envolveram com a sua publicação, por meio de curtidas, comentários e compartilhamento de postagens.

Para **calcular a taxa de engajamento**, você precisa ter o número de interações (curtidas, comentários, compartilhamentos e outros números de ações feitas na sua postagem) e o número de impressões (alcance).



The diagram illustrates the formula for calculating the engagement rate. It features three icons representing different types of interactions: a blue thumbs-up icon for 'CURTIDAS', a green speech bubble icon for 'COMENTÁRIOS', and an orange share icon for 'COMPARTILHAMENTOS'. These icons are separated by plus signs. Below the icons, the text 'CURTIDAS', 'COMENTÁRIOS', and 'COMPARTILHAMENTOS' is written. A horizontal line is drawn under the sum of these three categories. To the right of the line, the text 'x100' is written in a large, bold font. Below the entire formula, the text 'TOTAL DE ALCANCE/IMPRESSÕES' is written in a large, bold font.

$$\frac{\text{CURTIDAS} + \text{COMENTÁRIOS} + \text{COMPARTILHAMENTOS}}{\text{TOTAL DE ALCANCE/IMPRESSÕES}} \times 100$$

ENGAJAMENTO

Exemplo

Curtidas: **187**

Comentários: **21**

Compartilhamentos: **16**

Salvamentos: **3**

Visitas ao perfil: **31**

Alcance: **5.234**

Engajamento: **4,93%**



SENTIMENTO

- Além da quantidade de menções à sua marca, é fundamental conhecer o sentimento do público. Afinal, o que as pessoas comentam? Elas fazem avaliações positivas ou negativas?
- Tais *feedbacks* são muito úteis para a melhoria da sua presença on-line e também revelam oportunidades para o negócio.
- Como calcular: somatório de menções positivos + menções neutras.



TRÁFEGO

O tráfego de social mostra quantos usuários chegam ao seu site ou blog vindos de publicações nas redes sociais.



ANÚNCIOS NAS REDES SOCIAIS

Facebook Ads

Possibilita funções avançadas de mensuração e segmentação dos anúncios. Além disso, é possível investir de acordo com seu orçamento, já que o investimento mínimo de publicação é 75 reais, o que pode permitir um alcance extremamente relevante para a sua estratégia.



ANÚNCIOS NAS REDES SOCIAIS

Instagram Ads

Totalmente integrado com o Facebook, sendo necessário ter uma conta por lá. Sua complementaridade com o Facebook permite um crossover de anúncios. Assim, anúncios do Facebook aparecem também no Instagram. Os anúncios para Instagram são importantes principalmente pela possibilidade de se destacar entre tantas postagens de um número cada vez maior de usuários da plataforma.



ANÚNCIOS NAS REDES SOCIAIS

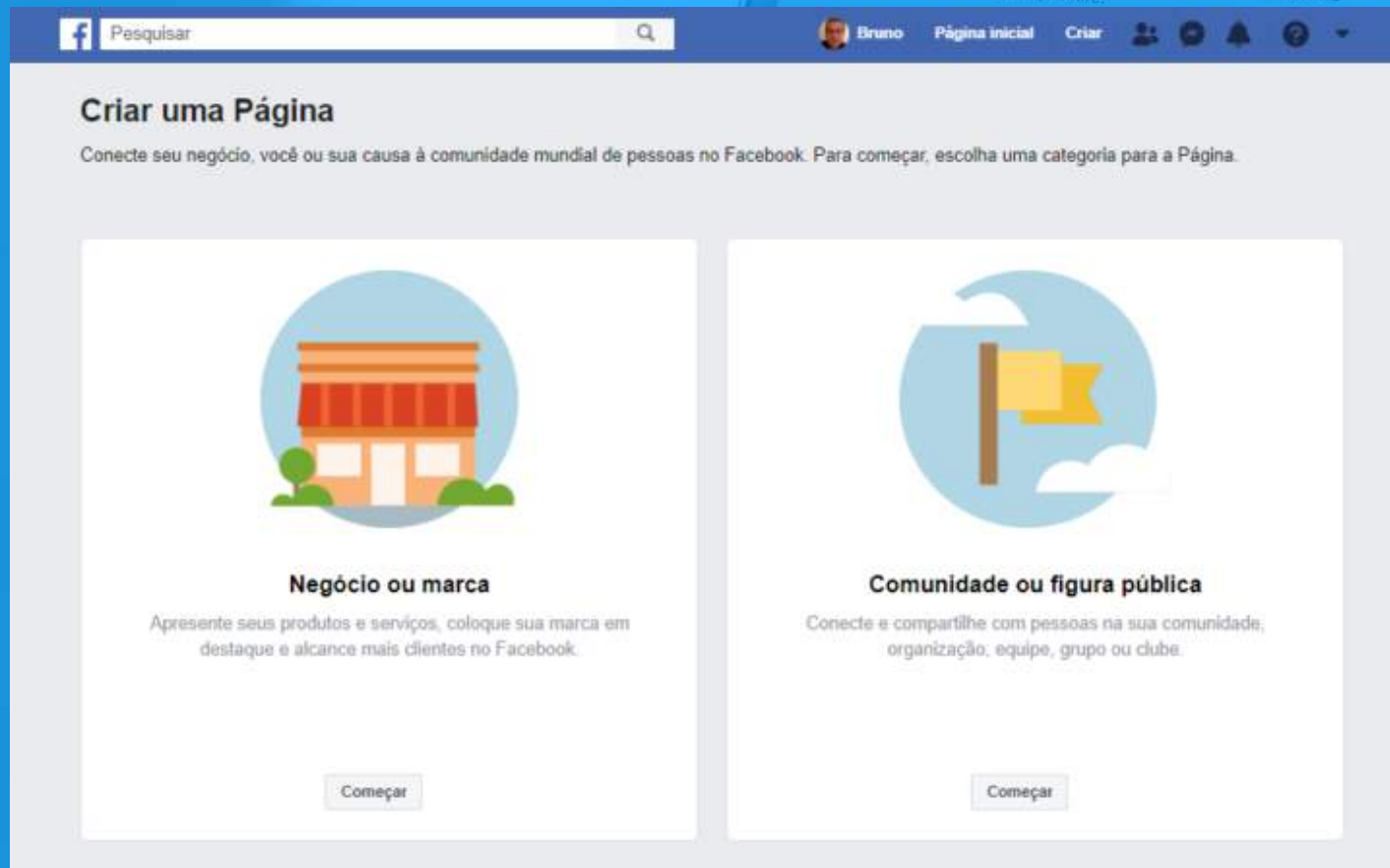
Youtube Ads

Anúncios bem feitos podem ser efetivos no YouTube. Existem vários tipos nesta mídia social que não impacta negativamente na experiência do usuário, além de aumentarem a visibilidade para a sua instituição ou marca.



COLOCANDO A MÃO NA MASSA!

Como criar uma página no Facebook?



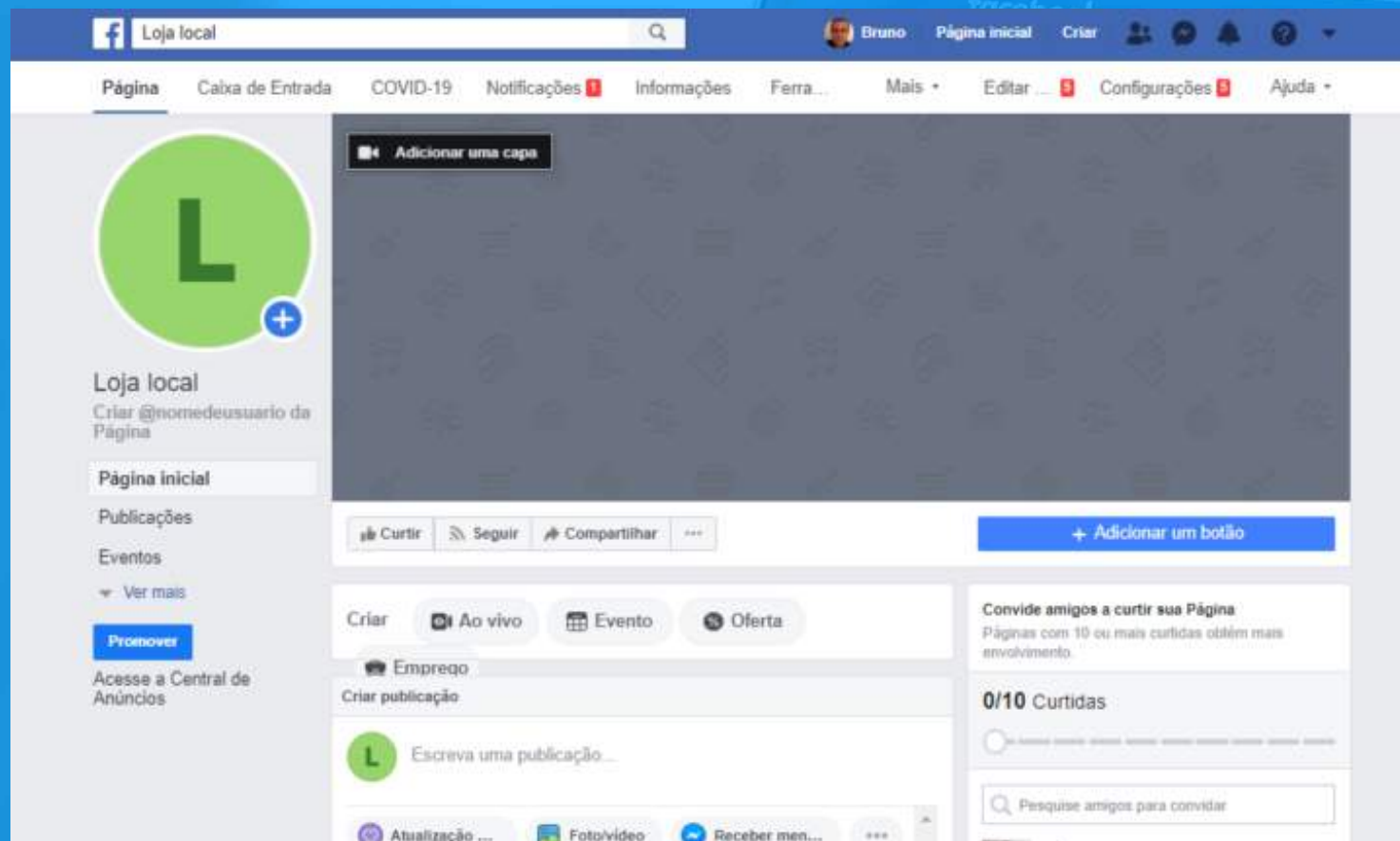
Importante:

sua empresa/entidade deve ter uma página e não um perfil pessoal!



Escolha o tipo de página e siga as instruções.

FOTO DO PERFIL E CAPA

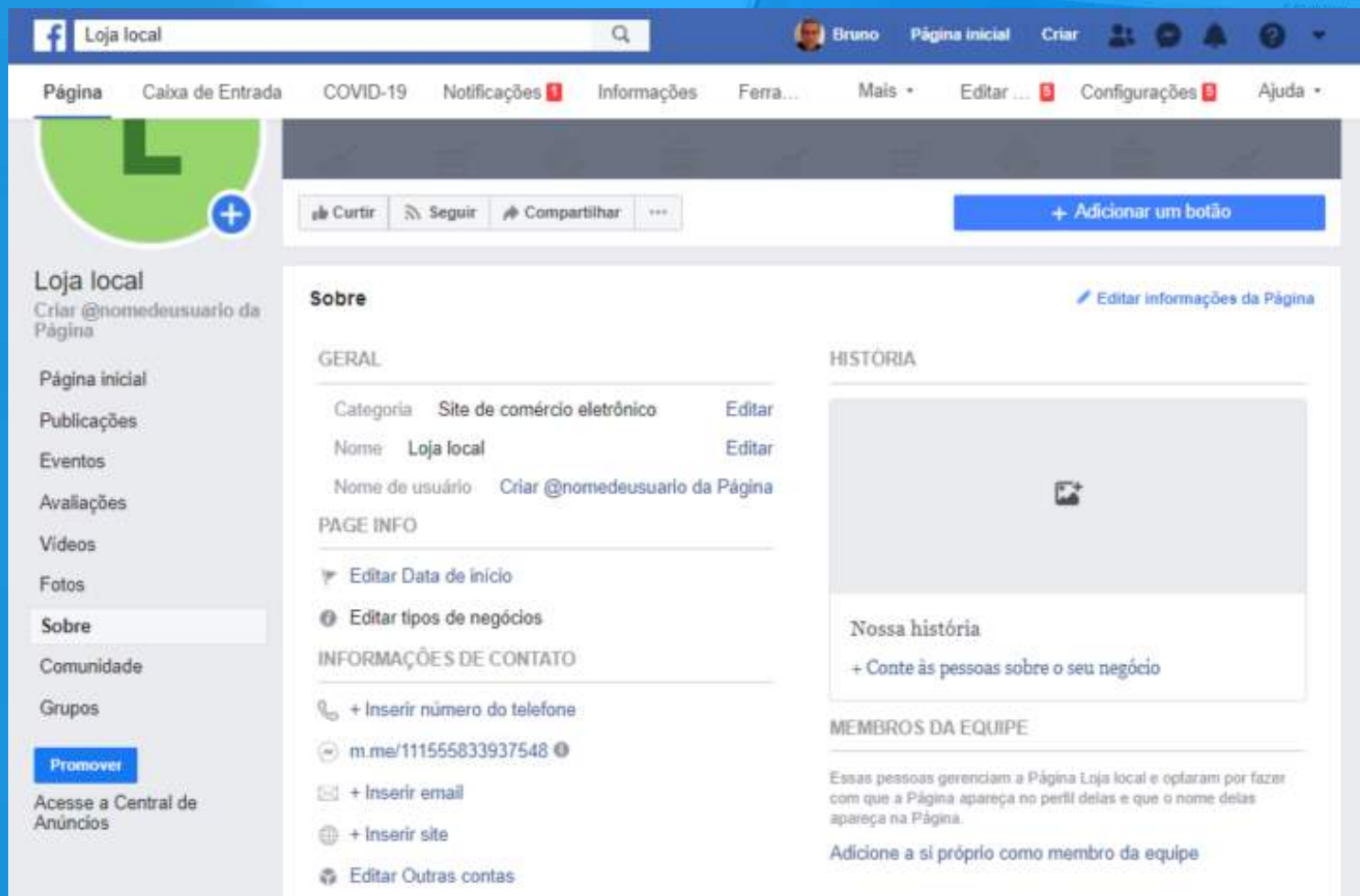


Use imagens com boa resolução (mínima de 180x180px).



Na capa, você pode utilizar uma imagem que tenha a ver com a sua empresa (resolução de 851 x 315px).

SOBRE...



The image shows a screenshot of a Facebook page for a business named 'Loja local'. The page is in Portuguese. The top navigation bar includes the Facebook logo, the page name 'Loja local', and a search bar. Below the navigation bar, there are tabs for 'Página', 'Caixa de Entrada', 'COVID-19', 'Notificações', 'Informações', 'Ferramentas', 'Mais', 'Editar', 'Configurações', and 'Ajuda'. The main content area is divided into sections: 'Sobre' (About), 'GERAL' (General), 'PAGE INFO', 'INFORMAÇÕES DE CONTATO' (Contact Information), and 'HISTÓRIA' (History). The 'Sobre' section is currently selected and shows the following information: 'Categoria: Site de comércio eletrônico', 'Nome: Loja local', and 'Nome de usuário: Criar @nomedeusuario da Página'. The 'INFORMAÇÕES DE CONTATO' section includes fields for 'Número do telefone', 'Email', and 'Site'. The 'HISTÓRIA' section is currently empty, showing a placeholder for a profile picture and the text 'Nossa história' and '+ Conte às pessoas sobre o seu negócio'. The 'MEMBROS DA EQUIPE' (Page Admins) section is also visible, showing a list of people who manage the page.

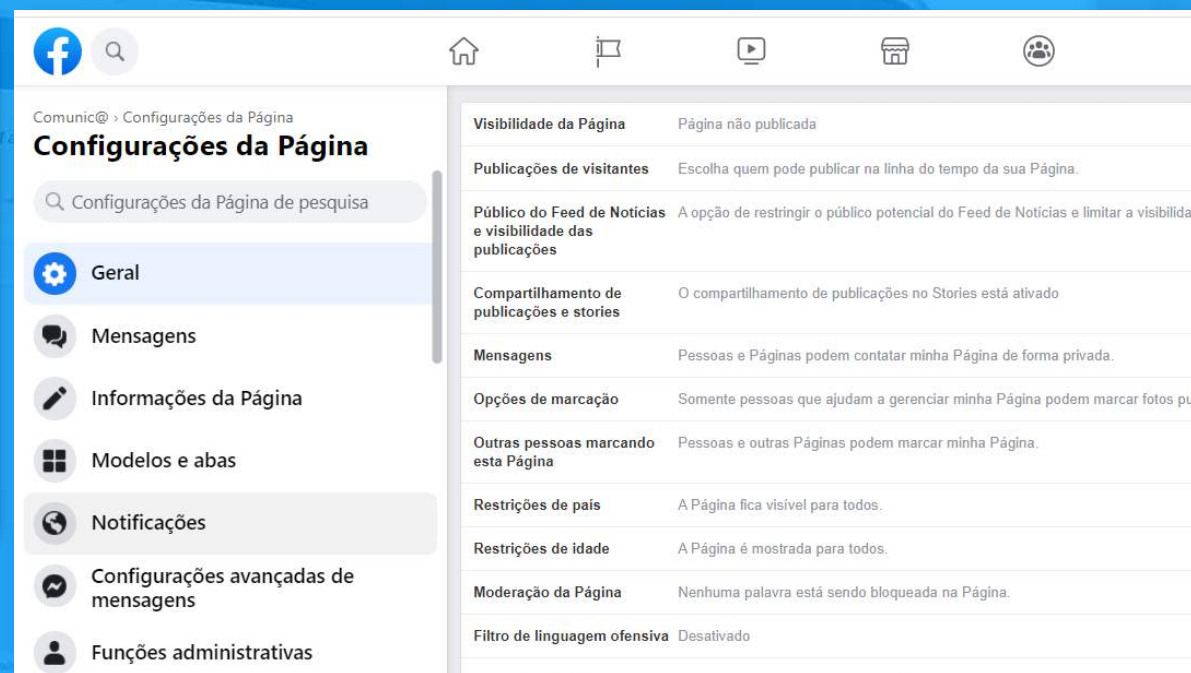


Informações de contato, endereço, telefone, e-mail, site e outros dados importantes, como descrição e tópicos relacionados.



No texto, apresente sua entidade de forma objetiva (poucos parágrafos), mas crie um vínculo com o seu público.

OUTRAS CONFIGURAÇÕES



Existe uma aba, chamada “configurações”, onde você pode definir informações como seu público (isso ajuda você a ganhar relevância nas buscas), adicionar administradores da página, etc.

BOTÕES DE CALL TO ACTION (CTA)






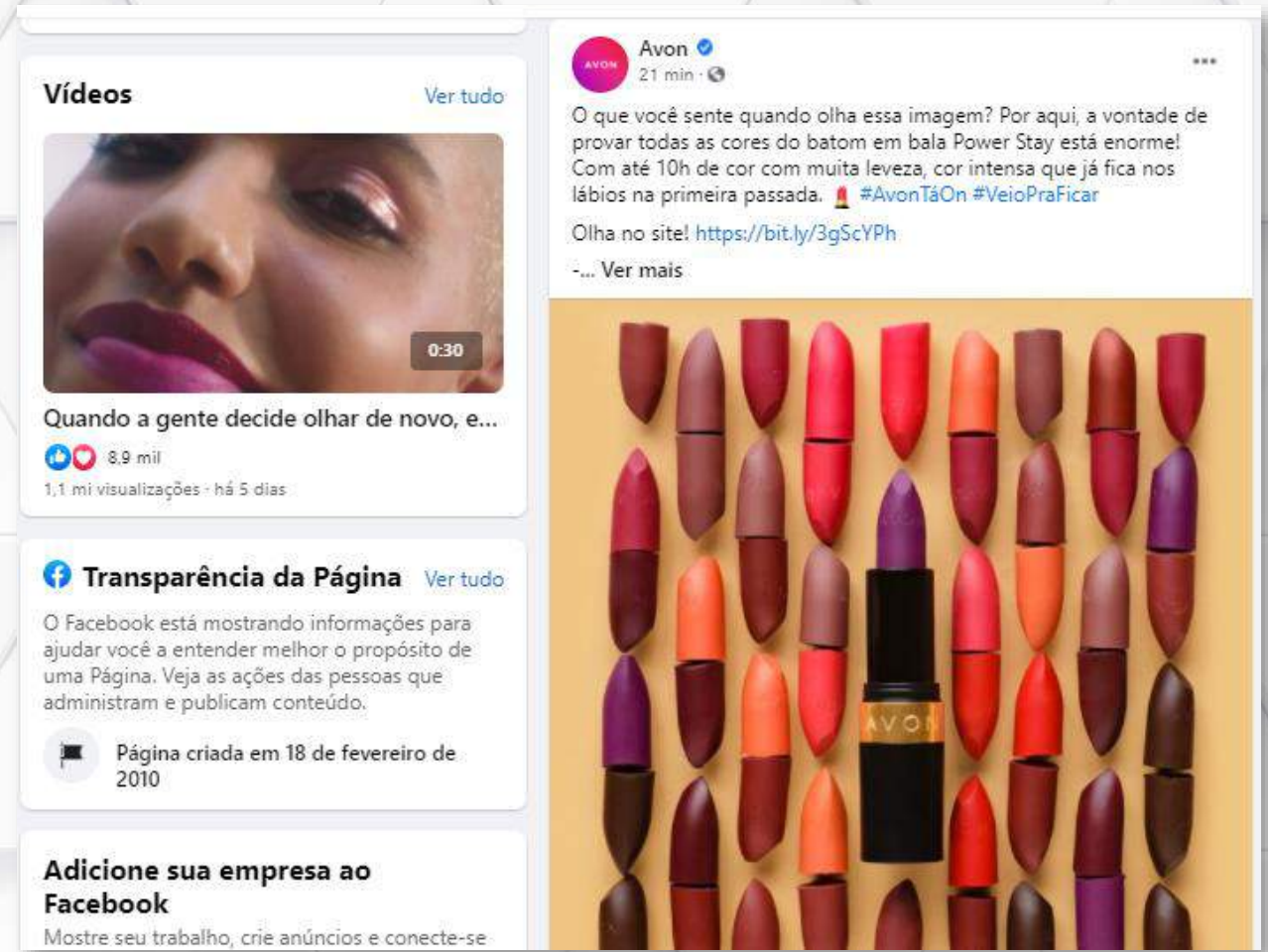
O que é CTA: **chamada para ação**, muito comum em sites, e-mails e anúncios, direcionando o usuário para a ação/clique que você deseja que ele faça.

Geralmente, um CTA é um link ou um botão, com uma cor de destaque, e explora termos no imperativo como “acesse” e “clique”. Você pode também ter um CTA que estimule seu público a comentar, curtir, salvar ou compartilhar a sua postagem.

COMO CRIAR POSTS ATRATIVOS NO FACEBOOK

Fique atento ao texto

-  Limite de 2 mil caracteres
-  Evite passar dos 480 caracteres para não aparecer o “Ver mais”
-  Cuidado: não coloque o mesmo texto da imagem no descritivo do post.



Vídeos Ver tudo

Quando a gente decide olhar de novo, e...


8,9 mil
1,1 mi visualizações · há 5 dias


Transparência da Página Ver tudo

O Facebook está mostrando informações para ajudar você a entender melhor o propósito de uma Página. Veja as ações das pessoas que administram e publicam conteúdo.

Página criada em 18 de fevereiro de 2010

Adicione sua empresa ao Facebook
Mostre seu trabalho, crie anúncios e conecte-se

Avon 21 min · 






O que você sente quando olha essa imagem? Por aqui, a vontade de provar todas as cores do batom em bala Power Stay está enorme! Com até 10h de cor com muita leveza, cor intensa que já fica nos lábios na primeira passada.  #AvonTáOn #VeioPraFicar

Olha no site! <https://bit.ly/3gScYPh>

-... Ver mais





#FICA A DICA

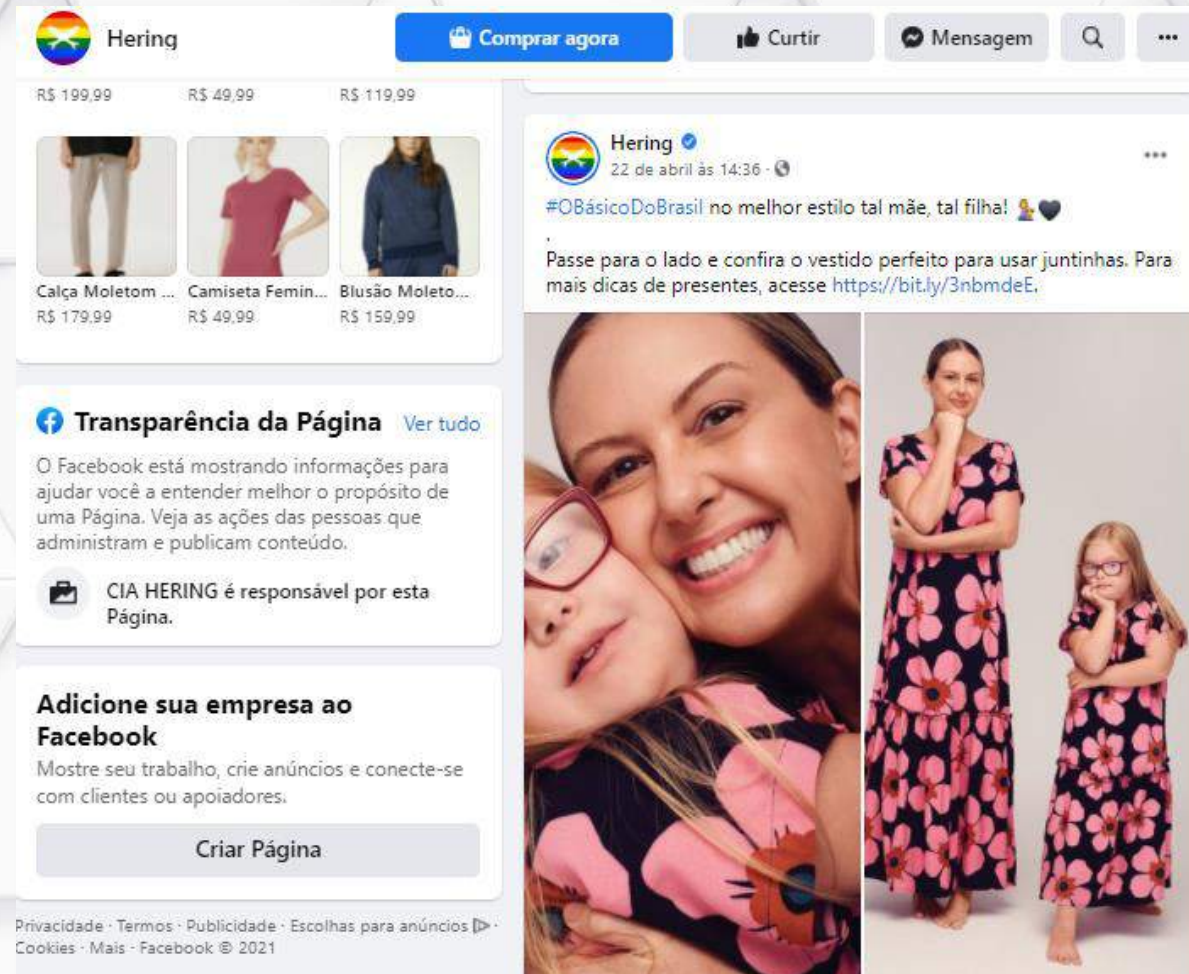
Vídeos no Facebook

-  **Valorização do conteúdo em vídeo. É considerado o tipo de postagem com maior engajamento.**
-  **Verticalização da imagem: 92% dos usuários da Facebook acessam a mídia social pelo celular.**
-  **Utilize legendas nos vídeos que produzir (muitos usuários assistem aos vídeos sem som).**
-  **Não utilize vídeos longos.**
-  **Escolha uma imagem atrativa para ser a capa do seu vídeo.**



#FICA A DICA

-  **Crie eventos no Facebook para divulgar uma ação.**
-  **Cuidado com a resolução da imagem. Ela precisa estar nítida.**
-  **Aposte em formatos variados. Faça um carrossel (quando se tem mais de 1 imagem).**
-  **Invista em álbuns de fotos, vídeos, infográficos, notícias.**



Hering [Comprar agora](#) Curtir Mensagem

R\$ 199,99 R\$ 49,99 R\$ 119,99

Calça Moletom ... Camiseta Femin... Blusão Moletom...

R\$ 179,99 R\$ 49,99 R\$ 159,99

Transparência da Página Ver tudo

O Facebook está mostrando informações para ajudar você a entender melhor o propósito de uma Página. Veja as ações das pessoas que administram e publicam conteúdo.

CIA HERING é responsável por esta Página.

Adicione sua empresa ao Facebook

Mostre seu trabalho, crie anúncios e conecte-se com clientes ou apoiadores.

[Criar Página](#)

Privacidade · Termos · Publicidade · Escolhas para anúncios [D] · Cookies · Mais · Facebook © 2021

Hering 22 de abril às 14:36 · 🌐

#OBásicoDoBrasil no melhor estilo tal mãe, tal filha! 🧡❤️

Passa para o lado e confira o vestido perfeito para usar juntinhas. Para mais dicas de presentes, acesse <https://bit.ly/3nbnmdeE>.


COLOCANDO A MÃO NA MASSA!

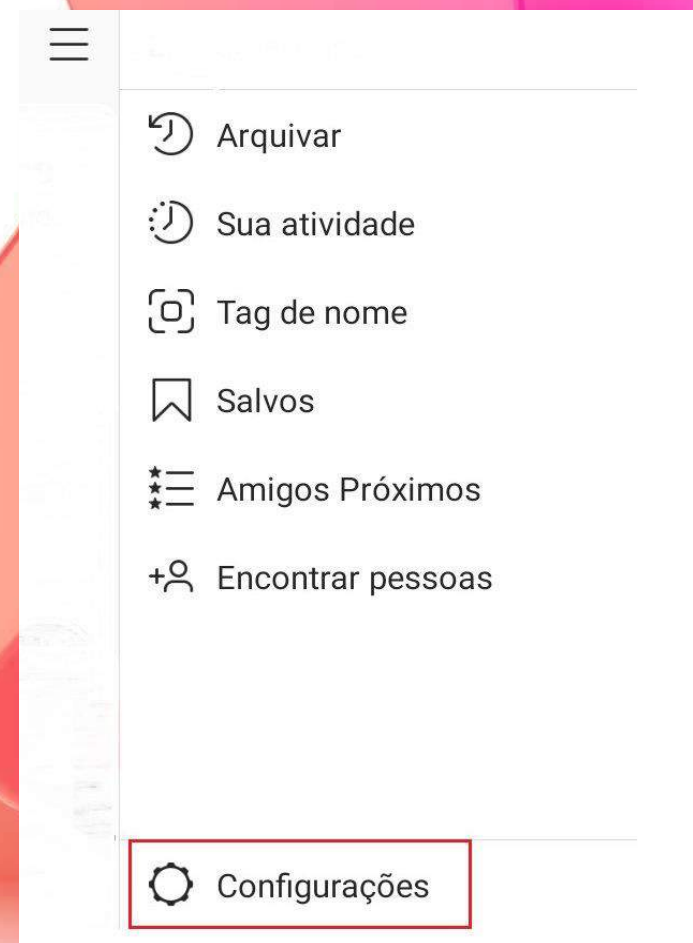
Como criar uma conta comercial no Instagram?

- 📍 **Passo 1:** faça login no seu perfil do Instagram. Na sequência, clique na caixa com três risquinhos que fica do lado direito da tela.



COMO CRIAR UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?

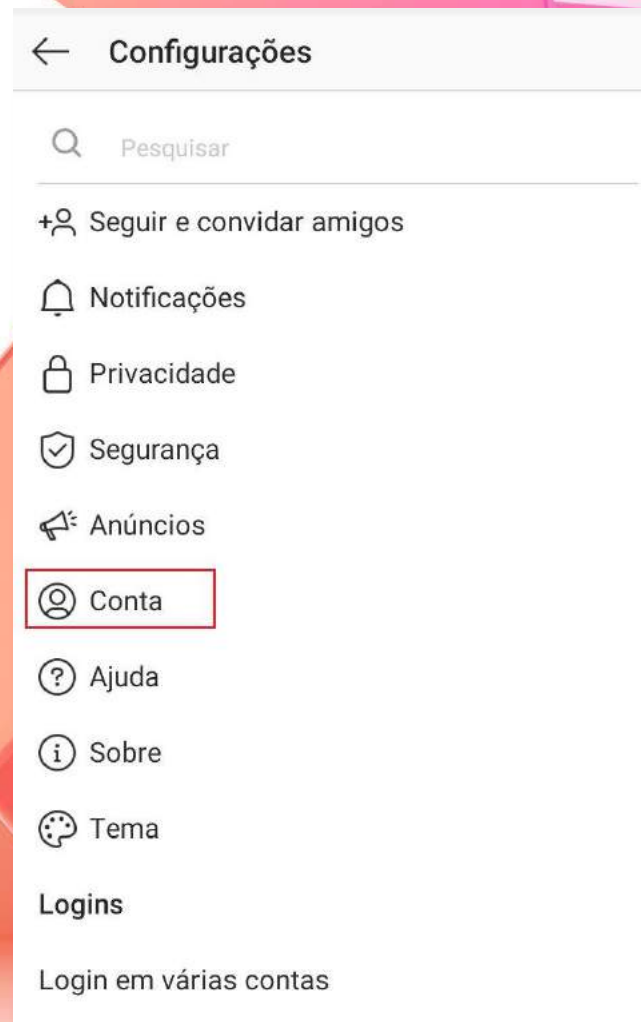
 **Passo 2:** na tela seguinte, toque na aba de configurações.



COMO CRIAR UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?



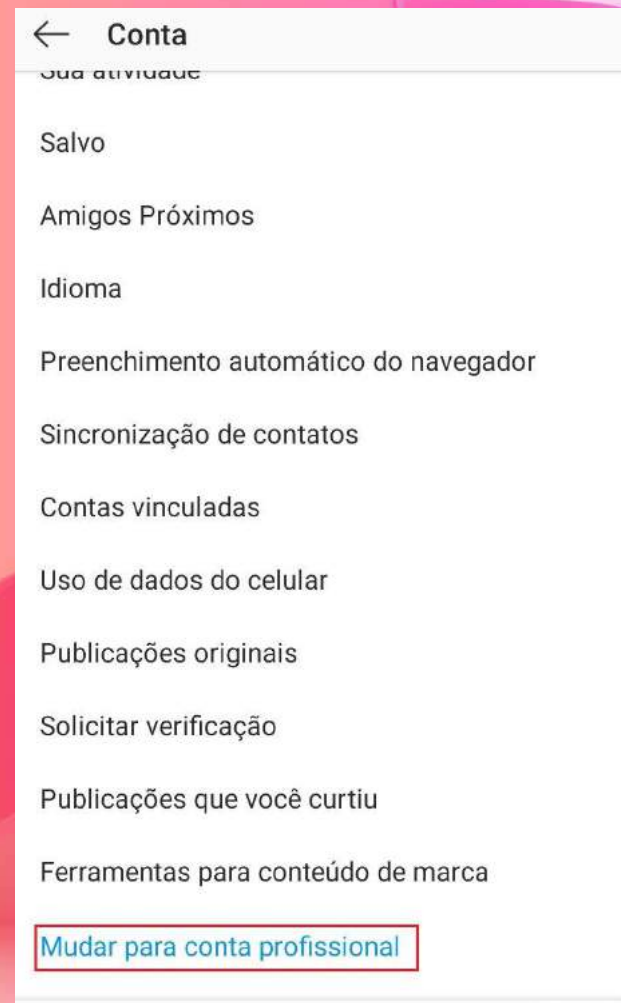
Passo 3: no menu que será aberto, clique em conta.



COMO CRIAR UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?



Passo 4: clique na opção “mudar para conta comercial” ou cadastrar-se para uma conta comercial caso deseje criar um perfil de Instagram para sua marca do zero.



COMO CRIAR UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?



Passo 5: hora de configurar sua conta com a opção que melhor descreve a sua marca. Em um perfil de Instagram comercial, você pode optar entre criador de conteúdo ou empresa.

Qual opção melhor descreve você?



Criador de conteúdo

Melhor para figuras públicas, produtores de conteúdo, artistas e influenciadores.

[Avançar](#)



Empresa

Melhor para varejistas, negócios locais, marcas, organizações e prestadores de serviços.

[Avançar](#)

COMO CRIAR UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?



Passo 6: fez sua escolha? Preencha as informações da tela. Você provavelmente será direcionado para a área de login no Facebook após fazer isso e poderá vincular essa rede com sua conta comercial no Instagram.

Ícone de perfil comercial (estrela e pessoa)

Criador de conteúdo

Melhor para figuras públicas, produtores de conteúdo, artistas e influenciadores.

Controles de perfil flexível
Você pode optar por ocultar ou mostrar informações de categoria e botões de contato no seu perfil.

Mensagens simplificadas
Uma nova caixa de entrada facilita o gerenciamento de solicitações de mensagens e a conexão com os fãs.

Mais ferramentas de crescimento
Obtenha informações mais avançadas e alcance mais pessoas com promoções.

[Avançar](#)

COMO CRIAR UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?



Passo 7: assim como em uma Fanpage, é preciso selecionar qual categoria melhor representa o seu negócio ou organização.

Selecione uma categoria

Escolha uma categoria que descreva melhor o que você faz. Você terá a opção de exibir ou ocultar isso no seu perfil.

Sugestões

Arquiteto(a)

Artista

Atleta

Ator/atriz

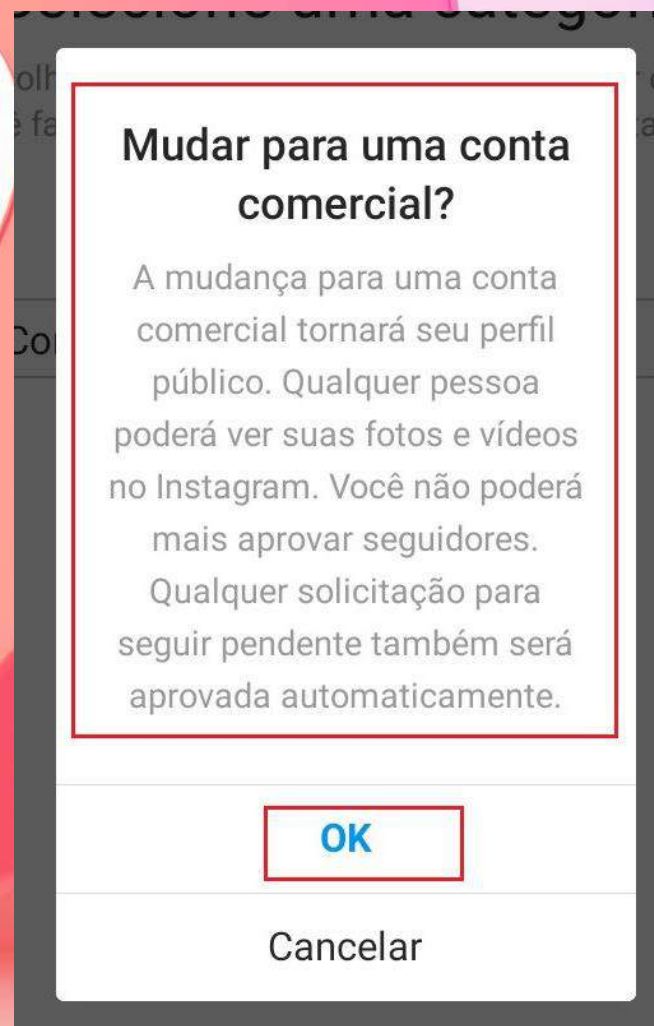
Autor(a)

Blogueiro(a)

COMO CRIAR UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?



Passo 8: tudo certo?
Ao clicar no campo “mudar para conta comercial”, você precisará confirmar algumas informações da sua conta.



INFORMAÇÃO IMPORTANTE!

- **Atenção:** não se esqueça de fazer a integração da sua comercial do Instagram com a página profissional da sua organização no Facebook.
- É muito importante fazer essa configuração, afinal, é por meio do gerenciador de negócios do Facebook que você poderá criar anúncios e campanhas para o perfil de Instagram comercial da sua organização e terá acesso a várias informações.
- E ainda fazer publicações nas duas redes ao mesmo tempo.



POR QUE TER UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?

Criar um perfil de Instagram comercial é ter um mundo de possibilidades para alavancar a presença digital do seu negócio em uma rede com enorme potencial de engajamento e relacionamento com o público.

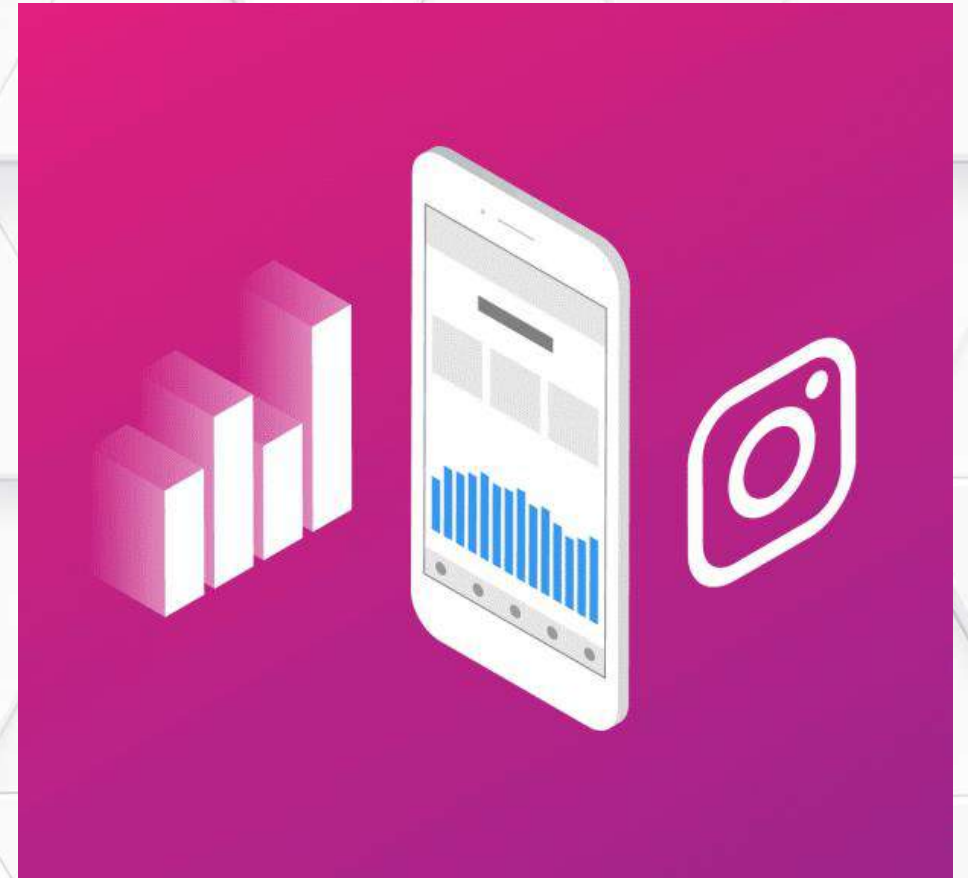
Ao contrário de uma conta pessoal, a comercial oferece uma série de recursos para as empresas utilizarem de forma estratégica, tais como:

- Acesso às estatísticas e métricas de alcance, visualizações, cliques, interações, respostas e muito mais;
- Conhecimento de informações mais aprofundadas do público da sua página e das próprias atividades dos seguidores;
- Acesso aos dados demográficos dos seguidores, com informações como gênero, localização, idade e país.



POR QUE TER UMA CONTA COMERCIAL NO INSTAGRAM?

- Criar um perfil comercial no Instagram é algo que pode impulsionar sua estratégia e te oferecer várias ideias em relação à entrega do conteúdo, ao desempenho das publicações, ao comportamento dos seguidores e outras informações relevantes.
- Você poderá descobrir a quantidade de posts salvos por usuários, número de visualizações e interações nos *stories*, quantidades de cliques no link para o site e, conseqüentemente, ter mais conhecimento sobre seu público e base para planejar as ações da sua organização.



O QUE É BIO?

- Bio é a descrição da sua organização.
- **Importante:** a Bio do Instagram tem um limite de caracteres. Portanto, vale fazer um exercício na hora de criar a sua. Imagine quais são os pontos fortes do seu produto ou serviço, como e para quê ou quem você poderá oferecê-lo.
- Reescreva até achar o tom e os termos ideais.



DICAS IMPORTANTES

Como construir uma Bio atrativa

- **Logo** (ou foto)
- **Nome** – encurtado, no caso dos sindicatos para não ficar muito grande
- **Categoria** – o seu nicho
- **Mini bio** – seja objetivo, fale o que você oferta para o sua público (pensa na dor do seu público e como você soluciona), use emojis. Evite frases longas. Boa opção é dividir em tópicos. Use hashtag.
- **Link ou Site ou WhatsApp** – use o Linktree e inclua tudo: site, wpp, blog, Youtube, algum notícia do setor, telefone, e-mail
- **Botões de ação** – somente para páginas comerciais (são fixos)
- **Destaques** – Stories salvos – organizar por tema ou ação

BIO



meliuzoficial



Seguir



285 publicações

168mil seguidores

66 seguindo

Méliuz

Página de aplicativo

Para qualquer compra, tem Méliuz. E se tem Méliuz, #TemCashback 💰

linktr.ee/meliuzoficial



diariodefinancas

Seguir



321 publicações

2.357 seguidores

35 seguindo

Taise Costa | Finanças

Finanças

🔥 Descomplico finanças para empreendedoras e empresárias que querem alcançar sua liberdade financeira

👉 +200 atendimentos

@taisecostaa

•CONSULTORIA👉

linktr.ee/diariodefinancas

BIO



cnibr 

Enviar mensagem



1.970 publicações

17,7mil seguidores

205 seguindo

CNI

Confederação Nacional da Indústria.

Aqui você encontra informações sobre serviços para micro e pequenas indústrias, notícias e histórias do setor.

linklist.bio/CNI



rockcontent_br

Seguir




1.231 publicações

123mil seguidores

4 seguindo

Rock Content

 Geramos oportunidades de crescimento que transformam profissionais em rockstars.

 Trilhe sua jornada de crescimento com a gente.

 Links

linktr.ee/rockcontent_br

LINKTREE



A IMPORTÂNCIA DAS HASHTAGS NO INSTAGRAM

- Hashtags são responsáveis por transformar palavras em links dentro da rede social, expandir o alcance do conteúdo do seu perfil no Instagram, tornar sua marca conhecida, além de posicionar seu negócio e contribuir para estratégias de otimização de buscas.
- O uso das hashtags de forma correta é uma #métrica que permite medir a popularidade e acompanhar postagens sobre um termo específico, esse recurso pode aumentar o alcance do seu negócio nas redes sociais.



DICAS ESTRATÉGICAS PARA O INSTAGRAM

- Utilize hashtags que tenham a ver com o assunto do seu post;
- Use fotos de boa qualidade e resolução para chamar a atenção do público;
- Coloque a sua localização;
- Marque pessoas e parceiros nas suas postagens;
- Explore vídeos de até 1 minuto;
- Faça reposts de usuários ou influenciadores que estejam falando bem sobre a sua entidade ou área (para isso é necessário fazer o *download* de apps específicos).



DICAS ESTRATÉGICAS PARA O INSTAGRAM

Evite...

- Imagens com textos longos
- Divulgar links nos posts.
No Instagram, não é possível clicar e ser direcionado para a página.
- Legendas extensas.

MANIFESTO

ENFRENTAR A FOME
COM A FORÇA DAS
NOSSAS LUTAS

até 15.abril **coleta de assinaturas**
movimentos, coletivos e organizações

link para aderir ao manifesto:
<https://pt.surveymonkey.com/r/ManifestoFome>

nos siga nas redes sociais www.conferenciassan.org.br Ato de Lançamento do Manifesto
16 de abril de 2021 | 10h

crn9online • Following

crn9online Conferência Popular por Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional convida organizações, coletivos e movimentos a assinar o Manifesto "Enfrentar a Fome com a Força das Nossas Lutas"

⚠️ A fome voltou a ser realidade para milhões de brasileiros. E é preciso enfrentá-la e denunciar suas causas. O Manifesto expressa indignação com o negacionismo e a falta de compromisso do governo Bolsonaro frente à pandemia do Covid 19 e a volta da fome no país aos níveis de 2004.

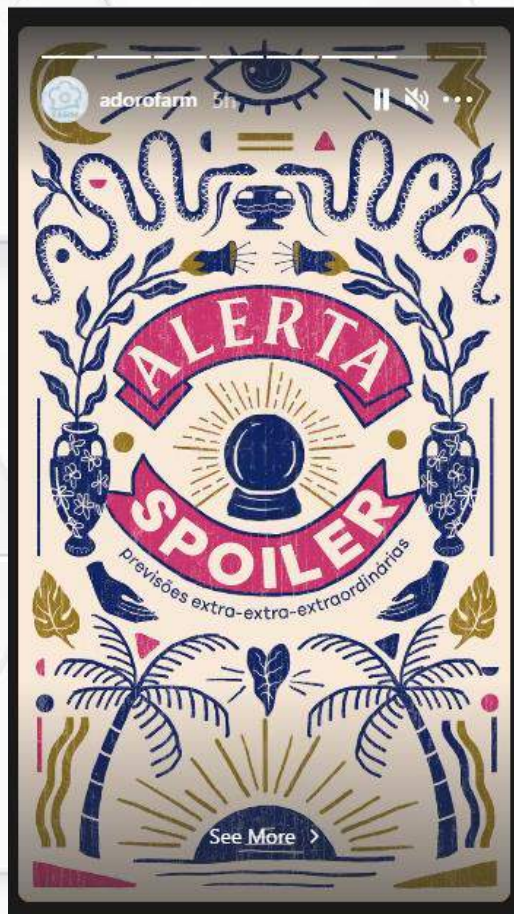
Assinem aqui:
<https://pt.surveymonkey.com/r/Manife>

Liked by gabipalcantara and 95 others

APRIL 14

Add a comment...

STORIES NO INSTAGRAM



Farm



CUT

#Fica a Dica

- Invista em cobertura de eventos, notícias rápidas;
- Considere fazer *lives* para mobilizar o seu público;
- Novidade: todos os usuários podem incluir links nos stories.

STORIES NO INSTAGRAM



IGTV NO INSTAGRAM

#Fica a Dica

- Vídeos com mais de 1 minuto
- Tela verticalizada
- Tamanho do vídeo: até 5,4 GB
- Sugestão: falas curtas



INSTAGRAM REELS

#Fica a Dica

- Concorrente do TikTok
- Ferramenta que permite criar vídeos de até 30s
- Vídeos compartilhados nos stories desaparecem depois de 24h e reels permanecem
- Invista em conteúdos autênticos

Como fazer o vídeo?

- Clique no símbolo +, onde você cria posts e stories. Selecione a opção “Vídeo Reels”
- Tempo: 15 ou 30 segundos
- Trilha sonora: música ou áudio
- Speed: velocidade (lento ou acelerado)
- Efeitos: use a criatividade
- Temporizador: contagem regressiva

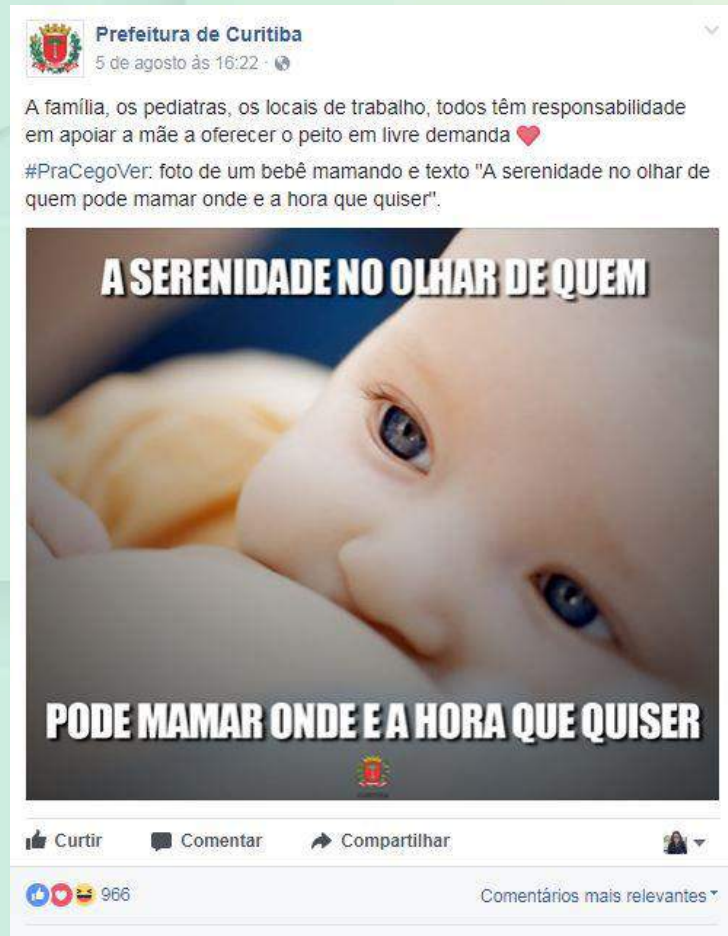


TOM DE VOZ NAS REDES SOCIAIS

Tom de voz nas redes sociais

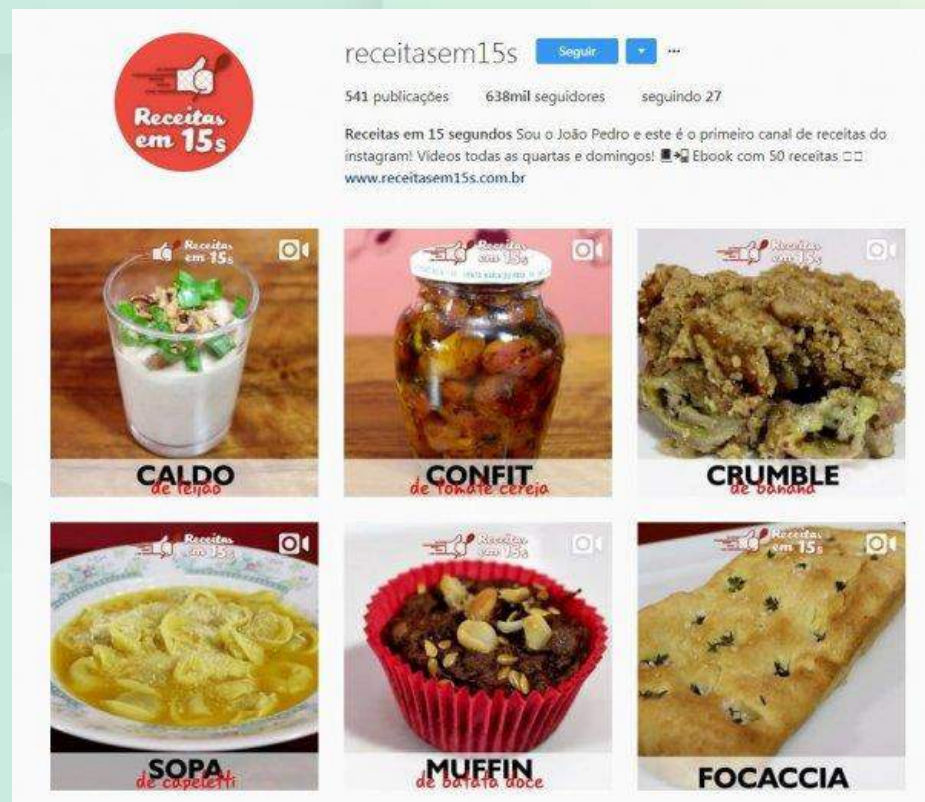
- Faça textos claros e diretos
- Busque um equilíbrio para não ser formal ou institucional demais
- Evite o gerundismo (simplifique a mensagem ao leitor)
- Use adequadamente as normas gramaticais da Língua Portuguesa
- Emojis e memes não são proibidos, desde que façam parte de um contexto
- A linguagem precisa ser esclarecedora e simples
- Utilize a 1ª pessoa do plural (nós, a gente)
- Tenha empatia. Coloque-se no lugar do outro
- Evite letras MAIÚSCULAS!
- Zele pela imagem da sua empresa

INSPIRAÇÃO: CASES DE SUCESSO NAS REDES SOCIAIS



- **Facebook:** Prefeitura de Curitiba – perfil diferenciado por ser órgão público

INSPIRAÇÃO: CASES DE SUCESSO NAS REDES SOCIAIS



- **Instagram:** alta taxa de engajamento.
Perfil: Receitas em 15s – milhares de visualizações com vídeos curtos

INSPIRAÇÃO: CASES DE SUCESSO NAS REDES SOCIAIS



- **YouTube:** a campanha global da Unilever para o sabonete Dove mostra várias mulheres sendo retratadas por um desenhista forense, baseado nas descrições das próprias mulheres e de outras pessoas.

INSPIRAÇÃO: CASES DE SUCESSO NAS REDES SOCIAIS



- **Twitter:** Ponto Frio usa da sua conta no [Twitter](#), com mais de 230 mil seguidores, para aumentar os negócios. Além de buscar por vendas, o perfil promove engajamento com os usuários. Sempre com o bom humor, eles usam de uma linguagem menos formal para conversar com os clientes.

DICAS IMPORTANTES

- Conheça o seu público. Não tenha medo de pesquisar ou perguntar!
- Escolha a qualidade em vez de quantidade.
- Planeje-se para criar e publicar conteúdos.
- Pense sempre na relevância do conteúdo.
- Uma imagem vale mais que mil palavras!
- Crie relacionamento.
- Programe os posts com antecedência.
- Encontre inspiração em marcas e instituições bem-sucedidas.
- Monitore os resultados para tomada de decisão.

DICAS IMPORTANTES SETOR CONSTRUÇÃO

- Demonstre autoridade.
- Mostre o dia a dia do trabalho.
- Mostre o resultado do trabalho. Premiações. Certificações.
- Mostre obras em andamento.
- Faça pequenos vídeos do dia a dia.
- Mostre os empregados – quem faz.
- Reconheça empregados e resultados.
- Comemore datas (Dia da Mulher, Mães, Pais, Crianças, Natal, Ano Novo, Dia da Construção, Dia do Engenheiro e demais profissões, Outubro Rosa, Novembro Azul)
- Vagas de emprego.
- Dê dicas de “como fazer” e boas práticas.

DICAS IMPORTANTES - REPOST

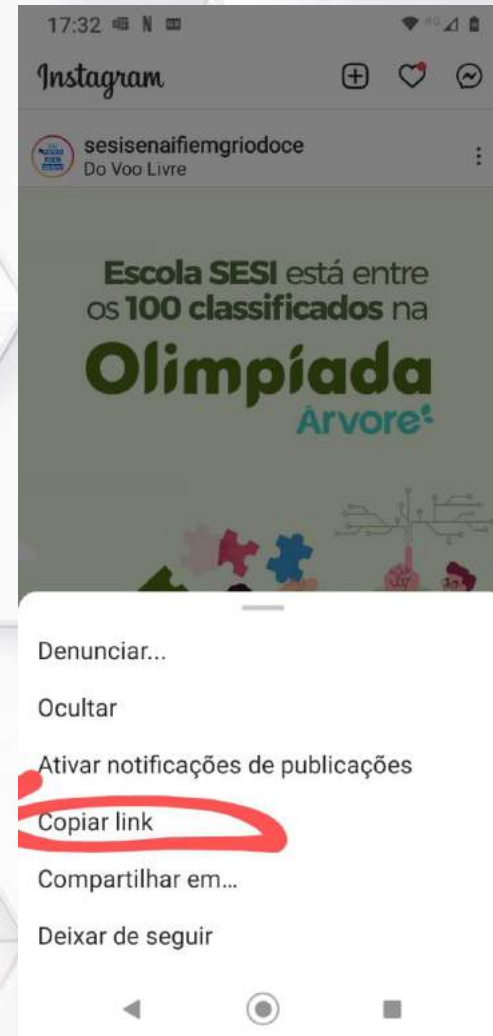
APLICATIVO REGRANN



DICAS IMPORTANTES - REPOST



ESCOLHA O POST E VÁ NOS 3 PONTOS ACIMA, A DIREITA DA IMAGEM

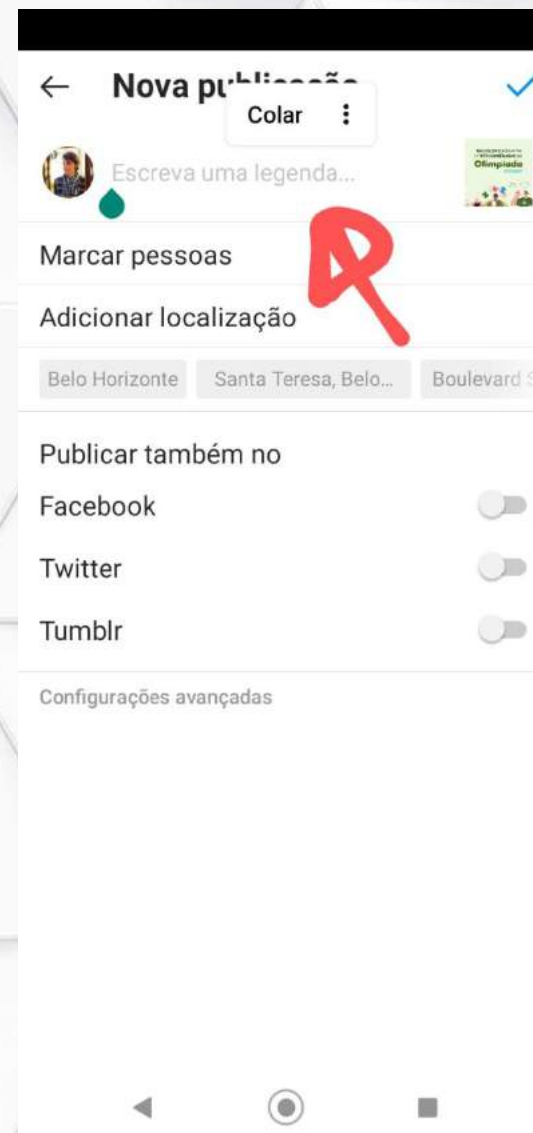


SELECIONAR A OPÇÃO COPIAR LINK

DICAS IMPORTANTES - REPOST

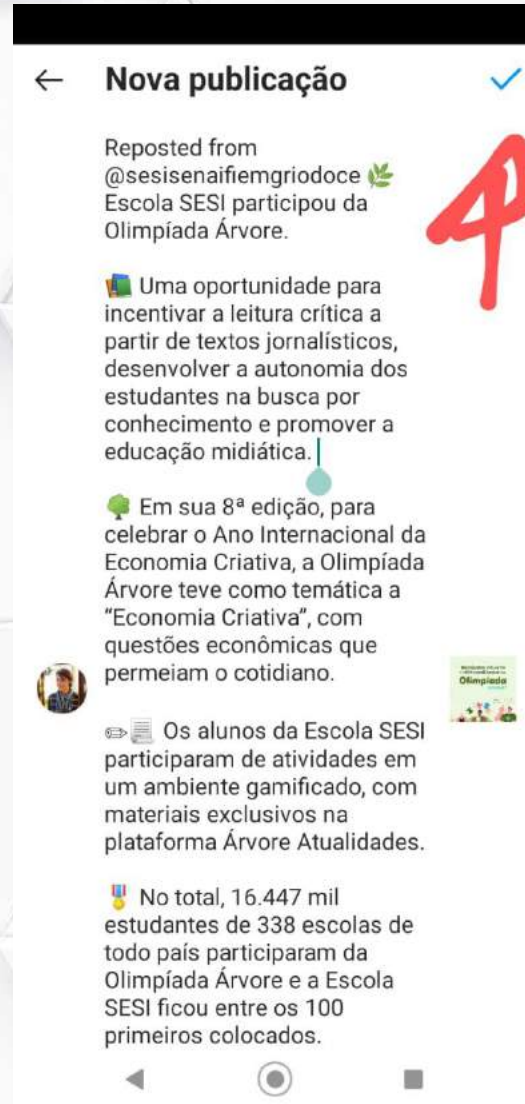


ABRIR O APLICATIVO E ESCOLHER A OPÇÃO DE COMPARTILHAMENTO – STORIES OU FEED. (o app permite compartilhar em outra rede e postar depois – esta última nunca tentei)



CASO O COMPARTILHAMENTO SEJA NO FEED, PRESSIONAR A ÁREA DE TEXTO E DAR “COLAR”

DICAS IMPORTANTES - REPOST



**COM O TEXTO DO POST
COLADO, É SÓ DAR PUBLICAR
(sinal de check azul)**

DICAS DE FERRAMENTAS

Ferramentas para edição de vídeos:

- **Canva** https://www.canva.com/pt_br/
Preço: R\$ 290/ano
- **Movavi** <https://www.movavi.com/pt/> (simples)
Plano completo: R\$ 400/ano
- **iMovie (para iOS)** <https://www.apple.com/br/imovie/>
- **Lightworks** <https://www.lwks.com/> (mais completo, porém menos simples)
Possui planos gratuitos

DICAS DE FERRAMENTAS

Ferramentas para edição de vídeos:

- **EaseUS Video Editor** <https://br.easeus.com/multimedia/video-editor.html>

Preço: a partir de \$30/mês

- **Inshot Video Editor (Android) APP ***

Tem versão gratuita

- **Filmora Go APP**

Tem versão gratuita

DICAS DE FERRAMENTAS

Ferramentas para edição de fotos:

- **Canva** https://www.canva.com/pt_br/ *

Preço R\$ 290/ano

- **PicMonkey** <https://www.picmonkey.com/>

Preço: \$23/mês

Ferramenta para organizar a Bio:

- **Linktree** <https://linktr.ee/>

DICAS DE FERRAMENTAS

Ferramenta de planejamento, programação e métricas:

- **mLabs** <https://www.mlabs.com.br/> *

Preço R\$ 155/ano para 1 perfil em todas as redes

- **Etus** <https://etus.com.br/>

Preço R\$ 179/ano para 1 perfil em todas as redes

DICAS DE CURSOS

Conteúdo e texto:

- **Udemy** <https://www.udemy.com/course/producao-de-conteudo-para-redes-sociais-comschool/> (R\$ 84,90)
- **Domestika** <https://www.domestika.org/pt/courses/1620-copywriting-para-redes-sociais> (R\$ 199,00)
- **Rock Content** <https://university.rockcontent.com/cursos/producao-de-conteudo-para-web> (*gratuito*)
- **Matheus de Souza** <https://matheusdesouza.com/curso-escrita-criativa/?ref=T16207107X> (R\$ 399,00)

DICAS DE PERFIS PARA SEGUIR

Paulo Faustino: <https://www.instagram.com/paulofaustino/>

Jessé Rodrigues: <https://www.instagram.com/jesserodriguesoficial/>

Escola do Marketing Digital:

<https://www.instagram.com/escoladomarketingdigital/>

Martha Gabriel: <https://www.instagram.com/marthagabriel/>

Resultados Digitais: <https://www.instagram.com/ResDigitais/>

Hotmart: <https://www.instagram.com/hotmart/>

Fábio Ricotta: <https://www.instagram.com/fabioricotta/>

Ana Tex: <https://www.instagram.com/anatex/>

Flávio Muniz: <https://www.instagram.com/flymuniz/>

DICA EXTRA

- **E-books:**

<https://paulofaustino.com/arquivos/Ebook-Instagram-Marketing.pdf>

<https://www.paulofaustino.com/como-criar-conteudo/>

- **Livros:**

A Bíblia do Marketing Digital – Cláudio Torres

Obrigado pelo Marketing – Vitor Peçanha

Marketing de Conteúdo – Rafael Rez

IDEIAS

Setores:

Alimentação: editorias / receitas / curiosidades sobre alimentos

Produtos diversos:

Metais: curiosidades / formas de aplicação / em que produtos estão

Conteúdos de interação:

enquetes / brincadeiras / memes / lançamentos de filmes e séries / Olimpíadas

Mostrar empresas associadas e, principalmente, seus produtos com detalhamento, história, benefícios, diferenciais

GLOSSÁRIO DAS REDES SOCIAIS

- **algoritmo:** regras automatizadas que redes sociais aplicam para ranquear, classificar e encontrar conteúdos;
- **analytics:** estudo focado na análise de métricas geradas nas redes sociais;
- **ad:** qualquer anúncio veiculado em redes sociais;
- **branding:** trabalho de gestão de marca e aplicação de sua identidade em diversos momentos;
- **campanha:** conjunto de anúncios focados em um produto, época do ano, entre outras categorias;
- **engajamento:** Nível de envolvimento do público com a marca nas redes sociais.
- **impressões:** visualizações de um link, postagem ou conteúdo;
- **impulsioneamento:** investir dinheiro para que uma publicação alcance mais usuários;
- **likes:** curtidas nas redes sociais;
- **meme:** imagens, ilustrações ou qualquer conteúdo visual que viralize e passe a ser aplicado em diversos contextos para gerar interações com o público;
- **métricas:** estatísticas referentes ao desempenho da página, ou de publicações, na rede social;
- **orgânico:** qualquer ação que seja feita sem que haja investimento para impulsionar;
- **SEO:** conjunto de técnicas de otimização de conteúdo e páginas para figurar nos primeiros resultados do Google;



**Como posso ser
relevante nas
redes sociais?**

CONTEÚDO

Muito obrigada!

