

Mídias Sociais: Conhecendo, aplicando e monitorando.

Entenda como você pode trabalhar e monitorar mídias sociais, com foco no Twitter e Facebook.



O que você vai encontrar neste eBook:

» Por que eu preciso de mídias sociais?	4
» Configurando a sua página no Facebook	5
» Aumentando o número de fãs da sua página no Facebook	6
» Monitorando a sua página do Facebook	7
» Configurando o seu perfil no Twitter	8
» Aumentando o número de interações e seguidores no seu perfil do Twitter	9
» Monitorando o seu perfil no Twitter	11
» Conclusão	12



www.magoweb.com.br

A Magoweb Marketing Digital é uma rede de consultores especialistas em Marketing Digital atuando em todo o território nacional. A Magoweb é focada em gerar resultado para os clientes através de ações de marketing digital. Solicite agora o contato de um de nossos especialistas!

A metodologia 8 Ps contempla uma série de passos que as empresas devem seguir para ter sucesso na estratégia de marketing digital e para que saiba o que fazer a cada etapa. A metodologia foi criada pelo autor Conrado Adolpho. Hoje a Magoweb é a única franqueadora de marketing digital que é parceira oficial da metodologia, sendo assim, os consultores da Magoweb são especialistas na metodologia.



[Clique aqui para conhecer os 8Ps](#)



www.hubspot.com

HubSpot é um software completo que visa auxiliar as empresas a gerar mais leads, criando mais negócios para empresas de todos os ramos através de ações de marketing online.

Por que eu preciso de mídias sociais?

Alguns podem não compreender o quanto as mídias sociais são grande. Muitos vêem o Facebook e o Twitter apenas como lugares para interação social e “diversão”, não percebendo que elas podem ser poderosas ferramentas de marketing. Use o que você vai aprender aqui para mostrar a utilidade da mídia social e o impacto social em potencial que estas mídias podem ter no tráfego, em novos contatos e, invariavelmente, vendas de suas empresas.

Conceitos-chave e Estatísticas

- » O Brasil é o 4º país do mundo com mais acesso às redes sociais;
- » 93% dos usuários adultos de internet dos EUA estão no Facebook. No Brasil este número chega a 70% atualmente;
- » 97% dos internautas brasileiros estão em alguma rede social;
- » 1 a cada 8 minutos gastos na internet são gastos no Facebook;
- » 49% das pessoas usam Facebook para compartilhar conteúdo;
- » Mais de metade dos usuários ativos do Twitter seguem empresas, marcas ou produtos em redes sociais;
- » 79% dos usuários do Twitter estão mais propensos a recomendar marcas que eles seguem;
- » Brasil é o segundo maior país dentro do Facebook, Twitter e diversas outras redes sociais;
- » 79% das compras na América Latina são influenciadas por recomendações em redes sociais;

Resumo

As mídias sociais amplificam seu conteúdo, seu site e a sua marca. Ela permite que você estabeleça e mantenha uma relação mais pessoal com clientes em potencial e, quando feito de maneira correta, pode gerar tráfego de sites, links externos e novos contatos para você. A mídia social tem se tornado uma grande parte da cultura do consumidor e este é o momento de você tirar proveito disso.

Configurando a sua página no Facebook

Embora o Facebook tenha tornado mais fácil criar uma página comercial, ainda existem alguns passos necessários que profissionais podem acabar deixando passar. É importante explicar com clareza que ao mesmo tempo que o Facebook é uma ótima plataforma para se relacionar com seus clientes e clientes em potencial, também é um lugar para gerar novos contatos.

Conceitos-chave e Estatísticas

- » Pessoas possuem perfis; marcas possuem páginas. Não se esqueça!
- » Crie e gerencie a sua página de boas vindas como uma landing page;
- » Configure abas (que também são chamadas de aplicativos agora) para recursos como email, newsletter, blogs, etc usando a aplicação FBML;
- » Compartilhe informações sobre a empresa de forma persuasiva;
- » Se você possui uma empresa com apenas uma localização física, configure a página de “lugares” com o seu endereço correto;
- » Adicione aplicações úteis como espaço para discussão e página com os seus vídeos do Youtube;
- » Seja mais interativo e mais atrativo.

Resumo

Páginas do Facebook devem ser convidativas ao máximo. O formato da sua página deve ser primeiramente focado em criar um ambiente atrativo para seus fãs, o que, quando executado devidamente, irá resultar em geração e coleta de mais informações sobre novos contatos gerados. Seja o mais criativo possível e estabeleça quais atividades ou aplicativos podem auxiliar melhor a marca da sua empresa.

Aumentando o número de fãs da sua página no Facebook.

Muitos profissionais irão apenas criar uma página no Facebook, pensando que não há problema em deixar seus fãs sozinhos lá na página. É essencial para seus clientes em potencial distribuir conteúdo singular que seus fãs terão vontade de compartilhar para que possam atrair mais visitantes para esta fan page.

Conceitos-chave e Estatísticas

- » Para aumentar sua exposição no Facebook, você precisa criar ofertas e conteúdo que motive as pessoas a “curtirem” ou compartilhem a sua página;
- » 90% dos consumidores acreditam nas recomendações dos seus contatos;
- » Postagens contendo a palavra “vídeo” são compartilhadas 30% mais no Facebook do que as que não contêm.
- » Postagens que usam palavras que estão na moda e jargões de negócios como “otimizar” diminuem significativamente o número de fãs de uma página no Facebook.
- » Estas páginas possuem 100 fãs, enquanto uma página comum possui 624 fãs.
- » Postagens com dígitos tendem a ser compartilhadas com mais frequência.
- » Listas usando a palavra “melhor” fazem grande sucesso em postagens no Facebook.

Resumo

Para que os seus clientes atuais e em potencial achem a sua página no Facebook atrativa, eles precisam de materiais e postagens interessantes e de uma certa regularidade. Lembre-se que materiais multimídia geralmente atraem muito mais resultados e interações, portanto não deixe de compartilhar imagens, fotos e vídeos.

Monitorando a sua página do Facebook

A sua página no Facebook deve fortalecer relações já existentes, além de criar novas relações. Para isto, é necessário aperfeiçoar o *timing* e a composição ao postar conteúdo próprio e aprender a atender cada segmento do mercado. Seus clientes precisarão monitorar de perto a página no Facebook para entender o que seus fãs procuram.

Conceitos-chave e Estatísticas

- » A atividade usada com mais frequência por usuários jovens do Facebook são postagens no mural;
- » A parcela demográfica com mais idade do Facebook está mais interessada em usar o Facebook para si mesmos;
- » Atividades mais frequentes dentro da rede social: Curtir páginas, Usar aplicativos, etc;
- » Priorize compartilhar conteúdo original. 60% dos links compartilhados no Facebook são conteúdo publicado enquanto 36% são conteúdo embutido (apresentações, vídeos, etc);
- » Coloque botões de curtir e de recomendação no topo de artigos de blog;
- » A comunidade irá construir uma reputação para o artigo ao “curtir” o conteúdo;
- » Faça postagens de artigos nos finais de semana também. 53% das empresas bloqueiam completamente o acesso as redes sociais.

Resumo

Sua página no Facebook deve ser o ponto de lançamento para o seu site, blog e qualquer oferta de conversão. Ao encorajar discussões no seu mural do Facebook, você estará adotando uma comunidade na qual o seu visitante mais recente irá interagir com seus clientes mais dedicados e leais. Ao fazer isto, a empolgação do seu cliente ao compartilhar e interagir com seu material e sua página pode causar impacto nas decisões de compra de seus fãs mais casuais.

Configurando o seu perfil no Twitter

Há uma certa nuance no Twitter; ele é bastante diferente do Facebook e tende a atrair uma mistura mais diversa de consumidores esperando para aprender sobre os produtos e tendências mais recentes. É essencial entender estas questões para que seja possível criar uma presença no Twitter efetiva e interessante.

Conceitos-chave e Estatísticas

- » Use a sua influência no Twitter para promover a sua marca;
- » Usuários do Twitter que preenchem bem a sua “biografia” possuem 6X mais seguidores do que aqueles que não o fazem;
- » Use bom adjetivos como “expert” ou “guru” que mostram sua autoridade e experiência na descrição do seu trabalho. Pessoas que usam este tipo de palavras para a descrição do seu trabalho possuem uma média de 100 seguidores a mais do que pessoas que usam jargões de negócios;
- » Configure uma lista no Twitter com todos os @ de empregados da sua empresa;
- » Aqueles usuários que colocam links para seu blog, website da empresa e outras redes sociais possuem 6x mais seguidores do que aqueles que não colocam nada.

Resumo

É importante para você estabelecer uma atmosfera relativamente casual em relação à sua conta no Twitter; ela irá criar uma relação mais informal, embora pessoal e confortável, com clientes em potencial o que os encoraja a interagir com você com uma frequência maior.

Aumentando o número de interações e seguidores do seu perfil no Twitter

Pessoas no Twitter seguem influenciadores e especialistas nas áreas em que têm interesse. É vital para seu cliente estabelecer relações com os líderes de suas áreas a fim de que os seus seguidores (possíveis clientes) possam aprender sobre a marca deles através de uma fonte na qual eles confiam.

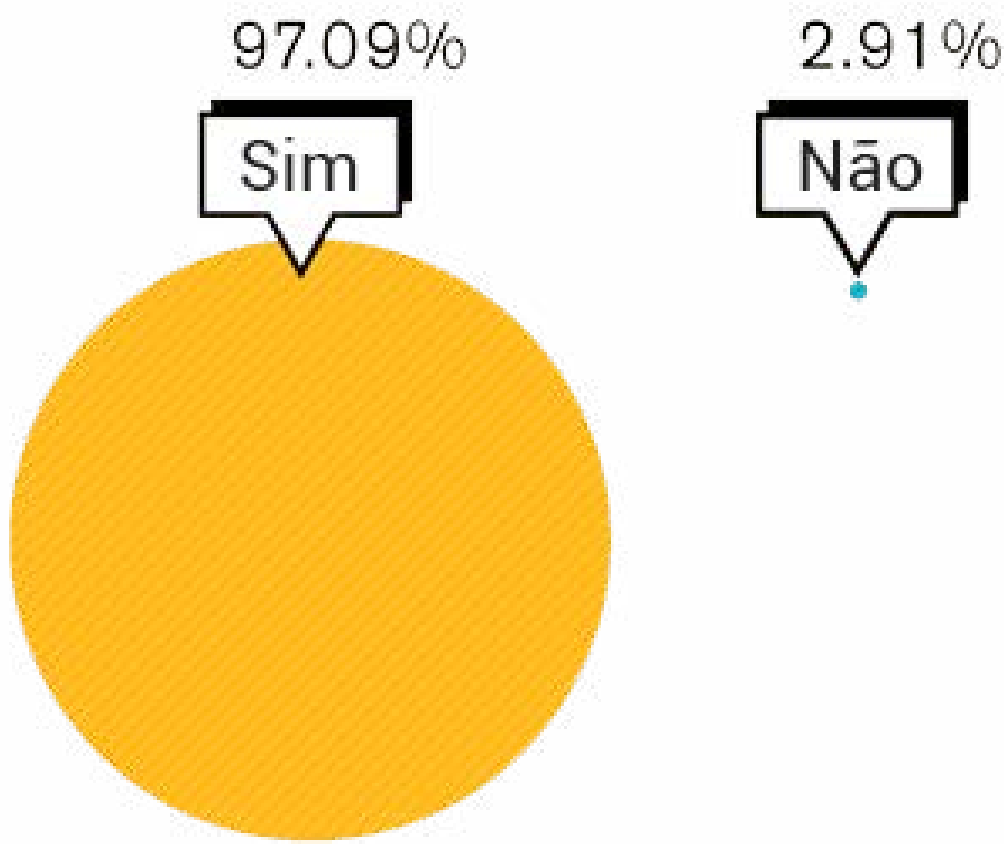
Conceitos-chave e Estatísticas

- » Conecte-se com jornalistas e blogueiros que lidam com a sua área;
- » Use o Technorati e outras ferramentas para identificar e começar a seguir influenciadores;
- » Apresente ideias para influenciadores no Twitter, não deixe de interagir com eles;
- » Não seja insistente; seja sutil e útil;
- » Seja breve e conciso na sua apresentação personalizada;
- » Deixe comentários em artigos e textos que foram escritos por influenciadores que você identificou;
- » Use seu conteúdo original como ferramenta de aproximação com os seus possíveis clientes;
- » Ajude influenciadores com suas pesquisas ao postar conteúdo útil nas páginas do Twitter deles;
- » Não siga muitas pessoas de uma vez só. A razão entre as pessoas que você segue e seus seguidores parecerá desproporcional;
- » Algumas ferramentas úteis são: Tweet Grader, Muck Rack, Journalist Tweets;
- » Twitter possui uma forte presença pioneira em tecnologia naquelas pessoas que tendem a ser os primeiros a comprar novos produtos. Eles dependem dos experts da área para fazer tais decisões de compra.

Resumo

Seguir estes líderes de pensamento pode ajudá-lo a encontrar a inspiração para a criação do seu próprio conteúdo, enquanto também possibilita que você entre em contato com consumidores ativos da sua área de atuação e entenda os melhores caminhos a se tomar para decidir como divulgar os seus produtos.

Alguma experiência online alguma vez o influenciou bem ou mal na hora de fazer uma compra de um produto ou adquirir algum serviço de uma marca?



Monitorando o seu perfil no Twitter

Os seus seguidores irão compartilhar quaisquer pensamentos que eles tiverem sobre ele no Twitter. É seu papel destacar as críticas positivas, lidar com os problemas prontamente (reclamações) e continuar a promover o seu conteúdo.

Conceitos-chave e Estatísticas

- » Guarde os melhores depoimentos dos seus consumidores, eles podem ser utilizados posteriormente;
- » Ao responder perguntas sobre a sua área diretamente, você aumenta a sua credibilidade entre os seus seguidores. Ao responder às questões, eles estão 59% mais propensos a seguir você;
- » Qualquer pedido ou reclamação para suporte deve ser respondida prontamente e adequadamente. Em alguns casos pode ser mais interessante não começar discussões públicas;
- » Você pode gerar 4x mais retweets simplesmente ao pedir por eles;
- » 50% dos retweets contêm links;
- » Configure páginas separadas de inscrição em eventos que você quer que as pessoas twitem sobre;
- » Em média os usuários do Twitter enviam 22 tweets por dia;
- » Tweete links para Landing pages e postagens do seu blog;
- » Promova novas ferramentas e aplicativos que sejam interessantes para os seus seguidores;

Resumo

Sua presença no Twitter deve ser relacionada a transparência e conveniência. Seus seguidores devem ter a possibilidade de compartilhar quaisquer reações que tiverem sobre suas postagens no blog, ofertas e novidades sobre a empresa para que mais tráfego comece a gerar estardalhaço sobre estes materiais.

Conclusão

As mídias sociais são uma ferramenta fundamental para qualquer empresa que prese a opinião de seus consumidores. É através de ferramentas como Twitter e Facebook que você vai interagir com a comunidade que existe ao redor de sua marca.

Conceitos-chave e Estatísticas

- » Ao criar um ambiente social criativo e interativo, suas páginas de mídia social atrairão clientes atuais e futuros clientes.
- » A mídia social amplifica o seu alcance, melhorando a sua presença e reputação na internet.
- » Quando configuradas de maneira correta, suas páginas no Twitter e no Facebook podem se tornar peças importantes na sua estratégia de geração de novos contatos.
- » A mídia social é um dos seus canais de distribuição de conteúdo mais poderosos.

Resumo

A mídia social é uma poderosa ferramenta, mas não pode ser considerada uma solução individual de marketing na internet. Na verdade, a mídia social é um dos últimos passos - você precisa descobrir sua voz através de postagens em blogs e ter uma estratégia de palavra-chave primeiro. A mídia social pressupõe que você possui conteúdo para compartilhar ou algo a dizer, então tenha em mente seu processo de marketing externo antes de se focar na sua estratégia de marketing de mídia social.

Confira mais trabalhos da Magoweb

www.magoweb.com.br



Você precisa de ajuda para implementar uma estratégia de Mídias Sociais na sua empresa?

Solicite agora o contato de um consultor especialista mais próximo de você!



Você se visualiza executando esse tipo de consultoria nas empresas ?

Então conheça a franquia Magoweb 8Ps e seja um consultor especialista.